



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Digital Storytelling

2526-1055-Storytelling

Titolo

Digital Storytelling

Argomenti e articolazione del corso

Il corso intende presentare una rassegna di forme, generi e occorrenze del digital storytelling. A partire dalle distinzioni e analisi delle nozioni e definizioni di strumento, dispositivo e strategia, si intendono interpretare le strutture narrative sviluppate da questa metodologia come una sorta di piattaforma su cui si innestano discipline e saperi diversi. Soggetti, contesti e prassi di tali narrazioni determinano forme ibride, spesso rimediate, di interscambio fra letteratura, cinema, pubblicità, comunicazione social e interactive narratives del web. La narrazione intesa come forma di racconto del sé e di racconto di consumo nel contesto digitale permetterà di analizzare l'espressione culturale, sociale, politica ed estetica degli individui e delle comunità di riferimento. Le prospettive teoriche verranno esplorate e verificate attraverso casi studio e attività laboratoriali, saranno inoltre presentate alcune applicazioni e programmi indispensabili per lo sviluppo e la condivisione di prodotti di digital storytelling

Obiettivi

Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di:

- Comprendere le basi teoriche dello storytelling digitale, riconoscendone le applicazioni pratiche

- Individuare e comprendere le affinità e le differenze fra i modi della narrazione personale, di una comunità, di una marca, di un personaggio e di un prodotto
- identificare e studiare le audience di riferimento
- Acquisire competenze specifiche nella gestione delle fasi di scrittura, selezione e progettazione di contenuti digitali
- Conoscere i software, le applicazioni e i canali digitali per la costruzione, l'implementazione e la diffusione di una narrazione

Metodologie utilizzate

Il corso adotta un approccio pratico e interattivo, basato su:

- Lezioni frontali con presentazioni e discussioni
- Presentazione e discussione di casi studio
- Attività laboratoriali
- Progettazione e presentazione di un percorso di digital storytelling

Materiali didattici (online, offline)

Gli studenti avranno accesso a:

- dispense fornite dalla docente
- Letture consigliate disponibili online

Programma e bibliografia

Nel corso delle lezioni, verranno sviluppati i seguenti argomenti:

Introduzione alle nozioni, definizioni e metodologie di storytelling e digital storytelling
 Narrazione e digital storytelling: comunicare attraverso testi, contenuti, suoni, immagini e video

Definizione del contesto postmediale contemporaneo

Identificazione e analisi delle strutture e degli archetipi narrativi attraverso la presentazione di casi studio

Narrazione, comunicazione e forma delle storie nel contesto digitale

Esplorazione ed analisi delle nozioni di intermedialità, transmedialità, crossmedialità

Prosumer culture: forme, sviluppo e condivisione di contenuti audio e video

Social communication, viralità, spreadability e artefatti digitali (gifs, meme) per il digital storytelling

Parabole narrative e interactive digital storytelling: elementi dinamici della narrazione, sequenze e display dei contenuti

Bibliografia di riferimento

Alexander Bryan, The New Digital Storytelling. Creating Narratives with New Media, Bloomsbury, 2017.

Bolter David J., Grusin Richard, Remediation. Understanding New Media, Cambridge, MIT Press, 2000.

Denisova Anastasia, Internet-memes and society. Social, cultural, and political contexts, New York, Routledge, 2019.
Eugeni Ruggero, La condizione postmediale. Media, linguaggi e narrazioni, Brescia, La Scuola, 2015.
Finn Ed, Beard Bob, Eschrich Joey, Wylie Ruth (eds.), Imagining Transmedia, Cambridge, MIT Press, 2024.
Friedmann Joachim, Storytelling for Media. Introduction to the Theory and Practice of Narrative Design, Munich, UVK Verlag, 2021.
Jenkins Henry, Convergence Culture, New York, Columbia University Press, 2006.
Jenkins Henry, Ford Sam, Green Joshua, Spreadable Media, New York, New York University Press, 2018.
Manovich Lev, The Language of New Media, MIT Press, Cambridge 2002.
Salmon Christian, Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits, Paris, Éditions La Découverte, 2008.

Modalità d'esame

Presentazione di un progetto di digital storytelling, sviluppato a partire da uno dei temi proposti dalla docente

Orario di ricevimento

Nome: Sara Tongiani
Email: saratongiani@gmail.com
Ricevimento: venerdì 11.00-12.00, remoto

Durata dei programmi

Cultori della materia e Tutor

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÀ
