UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Teoria e Tecnica dei Nuovi Media (blended)

2526-2-E2001R024

Titolo

Teoria e tecniche dei nuovi media

Argomenti e articolazione del corso

Il corso analizza criticamente i nuovi media dalla duplice prospettiva della teoria e della pratica, a partire dalle trasformazioni che l'ecosistema digitale ha prodotto sui processi comunicativi, culturali e identitari. Partendo dai framework classici della media theory — dalle teorie dell'ambiente mediale (McLuhan, Postman) alla rimediazione (Bolter & Grusin), dagli algoritmi e filter bubble al capitalismo della sorveglianza — il corso introduce gli strumenti concettuali per analizzare criticamente le piattaforme digitali, l'intelligenza artificiale generativa, le pratiche identitarie online e le culture digitali contemporanee, con attenzione specifica alle dimensioni interculturali della comunicazione.
L'impostazione integra tre posture di lavoro complementari:
– Sociologica: strutture sociali, potere, piattaforme come infrastrutture culturali.
– Critica: problematizzare il "come" e il "perché" il digitale orienta cultura, identità e comportamento.
– Interculturale: prospettive plurali e differenze di uso legate a contesti, età, classe, genere, culture

Obiettivi

Al termine del corso, lo/la studente sarà in grado di:
A. Conoscenza e comprensione

- Conoscere i principali paradigmi teorici (media ecology, platform studies, critical algorithm studies, surveillance capitalism) e comprendere l'evoluzione storica dei media digitali.

- Conoscere le specificità tecniche e comunicative delle principali piattaforme digitali e comprenderne le implicazioni sociali, culturali e interculturali.
- Comprendere il concetto di rimediazione (Bolter & Grusin) come chiave interpretativa dei nuovi media digitali.

  B. Capacità applicative
- Applicare i concetti teorici all'analisi critica di casi concreti di comunicazione digitale: piattaforme, pratiche social, IA, identità online, culture digitali.
- Valutare criticamente fonti di informazione online e riconoscere fenomeni di disinformazione e manipolazione algoritmica.
- Produrre, individualmente e in gruppo, elaborati scritti e presentazioni orali su temi di teoria mediale.
- Progettare strategie comunicative digitali in contesti interculturali, integrando conoscenze teoriche e competenze pratiche.

  C. Autonomia di giudizio
- Problematizzare i fenomeni mediali e analizzarli criticamente, anche in relazione ai propri comportamenti digitali.
- Assumere posizioni argomentate su questioni controverse: sorveglianza, intelligenza artificiale, disinformazione, inclusione digitale, rappresentazione di genere.
- Riconoscere la dimensione culturalmente situata di ogni medium e rimediazione.

  D. Abilità comunicative
- Esprimere in modo chiaro e argomentato, in forma scritta e orale, analisi e riflessioni su fenomeni di comunicazione digitale, adottando un registro accademico adeguato.
- Lavorare in gruppo, negoziare significati e contribuire a un progetto collettivo di analisi e produzione mediale.

  E. Capacità di apprendere
- Ricercare, selezionare e valutare fonti bibliografiche e risorse digitali in un campo in rapida evoluzione.
- Aggiornarsi autonomamente sulle trasformazioni dell'ecosistema mediale, sviluppando abitudini di lettura critica e riflessione continua.

Metodologie utilizzate

Il corso adotta un modello di blended learning con ripartizione paritaria (50% in presenza / 50% online). Le due componenti sono progettate come un unico percorso integrato, non come duplicazione dei contenuti.
50% — In presenza
Ogni giovedì · 10:30–12:30 · Aula U6-03
Lezioni frontali · Discussioni guidate · Casi studio · Revisioni di gruppo 50% — Online su Moodle elearning.unimib.it
Video-lezioni asincrone (15–25 min) · Podcast didattici · Letture commentate · Forum tematici · Quiz formativi di autovalutazione -Esercitazioni

Materiali didattici (online, offline)

Programma e bibliografia

Testi obbligatori per frequentanti

Dispensa, le slide delle lezioni, il materiale di approfondimento (disponibili sulla piattaforma Moodle di Ateneo).

Testi obbligatori per non frequentanti

– Van Dijck, J., Poell, T. & De Waal, M. (2019). *Platform Society*. Carocci, Roma.

Un volume a scelta di Lev Manovich. Vanno bene anchele edizioni originali. Qui si riportano i titoli disponibili in traduzione italiana.
– Manovich, L. (2023).*Cultural analytics. L'analisi computazionale della cultura*. Raffaello Cortina, Milano.
– Manovich, L. (2010). *Software culture*. Olivares, Milano. [tit. orig. Software Takes Command, 2008/2013]
– Manovich, L. (2002). *Il linguaggio dei nuovi media*. Olivares, Milano

1 volume a scelta tra i seguenti:
– Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0. Tecnologie per l'umanità*. Hoepli, Milano (Cap. 1, 2, 4).
– Ciastellardi, M., De Kerckhove, D., Di Rosario G., Ferri, P. (2026).* L'era del Prompt*. Mondadori, Milano. (Cap. 1, 2, 3), se optate per questo testo si prega di contattare la docente.

Modalità d'esame

Studenti frequentanti
Esercitazione di gruppo (30% del voto finale)
Colloquio sui temi del corso con riferimento ai framework teorici. Durata: ca. 20 min. (70% del voto finale)

Studenti non frequentanti
Elaborato scritto individuale (20% del voto finale)
Tema da concordare con la docente. + Esame orale finale (80% del voto finale -colloquio esteso sui temi del corso, con riferimento ai testi obbligatori per non frequentanti).

Orario di ricevimento

su appuntamento

Durata dei programmi

I programmi valgono due anni accademici.

Cultori della materia e Tutor

Anna Calia, Francesca Scenini, Nicola Cavalli, Isabella Quatera

Sustainable Development Goals

ISTRUZIONE DI QUALITÁ