UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Digital Storytelling

2627-1055-Storytelling

Titolo

Digital Storytelling

Argomenti e articolazione del corso

Il corso affronta le principali forme, i generi e le occorrenze del digital storytelling; muovendo da una distinzione critica e teorica fra le nozioni di strumento, dispositivo e strategia, il corso intende leggere e interpretare le strutture narrative sviluppate da questa metodologia come una piattaforma trans-disciplinare, su cui si innestano saperi e linguaggi eterogenei.
Su queste basi teoriche, si osserverà come soggetti, contesti e prassi delle narrazioni determinino forme ibride, spesso rimediate, di interscambio fra letteratura, cinema, pubblicità, comunicazione social e interactive narratives del web. All'interno di questo contesto, particolare attenzione sarà rivolta alla narrazione, intesa come forma di racconto del sé e di racconto di consumo, strumento fondamentale per comprendere 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, in modo da tradurre concretamente teoria e critica in pratica

Obiettivi

Al termine del corso, studentesse e studenti saranno in grado di:

– Comprendere le basi teoriche dello storytelling digitale, riconoscendone le

applicazioni pratiche;
– Individuare affinità e differenze fra i modi della narrazione personale, di una comunità, di una marca, di un personaggio e di un prodotto, identificando e analizzando le audience di riferimento;
– Acquisire competenze specifiche nella gestione delle fasi di scrittura, selezione e progettazione di contenuti digitali;

- Analizzare criticamente prodotti di digital storytelling, valutandone l'efficacia narrativa e l'impatto comunicativo e culturale;
  – Conoscere software, applicazioni e 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 dei principali quadriteorici di riferimento
– Analisi e discussione dei casi studio
– Attività laboratoriali
– Progettazione e presentazione di un percorso di digital storytelling

Materiali didattici (online, offline)

Studentesse e 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

– Esercitazioni di scrittura creativa svolte durante il corso, relative all'applicazione pratica dei quadri teorici affrontati;
– Presentazione e analisi critica di un progetto di digital storytelling

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 QUALITÁ