

corso di:

TEORIA E METODO DEI MASS MEDIA

prof. Tommaso Tozzi

email: t.tozzi@accademialigustica.it

6 crediti - Corso annuale - 60 ore

ARGOMENTI DELLE LEZIONI

Introduzione al concetto di informazione e di comunicazione.

La comunicazione interpersonale. Il linguaggio verbale. Rapporti tra linguaggio, conoscenza e società. La comunicazione non verbale. La comunicazione come sistema relazionale e come rappresentazione. Introduzione all'etnometodologia e alla sociolinguistica.

La comunicazione e i media. Storia della comunicazione e dei media dall'oralità ad oggi.

Le teorie dei media. Gli effetti dei media.

Il pre-cinema. Storia del pre-cinema, dalla camera oscura alla lanterna magica.

La storia dei media elettrici: dai mezzi di comunicazione di massa alla comunicazione mediata dal computer. Il telegrafo, Il telefono, il cinema, la radio, il disco, il registratore, la televisione, Il computer. La telematica ed Internet. I social network. L'augmented reality. Video e foto a 360°.

La società dell'informazione. Alcuni elementi di studio delle società in rete: il tempo e lo spazio.

Altre caratteristiche dei new media. La costruzione dell'identità online. Le comunità virtuali. Reti, politica e sfera pubblica. I nuovi movimenti della società in rete. Dal software libero alla libera conoscenza. La condivisione della costruzione del senso.

Storia di alcuni rapporti tra arte e media. La video arte. L'arte telematica. La new media art. La net art. L'augmented art.

La memoria orale attraverso un'intervista audiovideo geolocalizzata in augmented reality.

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso si pone l'obiettivo di far conoscere un modo di intendere ed usare la comunicazione e l'arte per fini di liberazione da ogni potere, mettendo al centro il bene comune e l'amore verso il prossimo. In tale logica, l'arte vuole spostare la sua finalità da espressione (ed affermazione) del se a messa in atto delle relazioni che legano un soggetto ad ogni altro soggetto.

Lo studente sarà in grado di conoscere i principali modelli della comunicazione. Lo studente sarà in grado di conoscere la storia e le teorie dei media del Novecento e i principali paradigmi di ricerca sull'influenza dei media nella società. Lo studente sarà in grado di conoscere le principali caratteristiche del fare comunità e della comunicazione in rete. Lo studente conosce e studia le culture digitali, le cyberculture e le culture hacker, approfondendone gli aspetti filosofici e le principali implicazioni artistiche, estetiche, antropologiche, scientifiche, economiche e sociologiche. Lo studente conosce inoltre la storia del pre-cinema, approfondisce il settore dell'Augmented Reality e le principali storie e caratteristiche dell'arte dei nuovi media.

TESTI D'ESAME (OBBLIGATORI)

Lo studente studia individualmente un libro intero e in gruppo un capitolo da un altro libro. Nello specifico i libri da studiare sono i seguenti:

Libro da studiare individualmente per intero (obbligatorio):

Un libro: Paccagnella Luciano, *Sociologia della comunicazione*, Milano, Il Mulino, 2004; (da studiare tutto il libro).

Oltre alla versione cartacea del suddetto libro, è disponibile una versione online a pagamento del suddetto libro su <https://www.pandoracampus.it/pandora/booksheet/index/ean13/9788815138422>.

Agli studenti stranieri che avessero difficoltà nella comprensione del suddetto testo in lingua italiana, si suggerisce, per comprenderne gli argomenti, la lettura di uno tra i seguenti libri (i primi tre sono in lingua inglese, mentre il quarto e il quinto sono in lingua cinese). L'esame sarà comunque svolto in lingua italiana:

- Scannell, P., *Media and communication*, London, Sage, 2007;
- Elliot King, Mitchell Tropin, Russell Cook, *Currents in Communication: Textbook and Reader*, Kendall Hunt, 2013;
- Hodkinson, P., *Media, Culture and Society. An Introduction*, London, Sage, 2016.
- <传媒社会学>, 中国传媒大学的教材 *Media Sociology*, Communication University of China.
- Dispense in cinese (fornite dal prof. Tommaso Tozzi) inerenti le prime 160 pagine del libro Paccagnella Luciano, *Sociologia della comunicazione*, Milano, Il Mulino, 2004.

Un capitolo da uno dei due seguenti libri (all'inizio del corso il docente formerà dei gruppi di tre persone indicando a ogni gruppo il capitolo da studiare):

- Bishop Claire, *Inferni artificiali. La politica della spettatorialità nell'arte partecipativa*, Einaudi, 2003.
- Mattelart Armand, *Storia dell'utopia planetaria*, Einaudi, 2003.

ESERCITAZIONE PRATICA, RELAZIONE ORALE E TEST OBBLIGATORI

- Realizzazione in gruppo (3 studenti/esse) di un audiovisivo di 5 minuti geolocalizzato in augmented reality (il docente fornisce all'inizio del corso maggiori dettagli sulle modalità realizzative di tale progetto) e sua presentazione alla classe in una data che sarà comunicata dal docente.
- Test individuale scritto a risposta chiusa sul libro: Paccagnella Luciano, *Sociologia della comunicazione*, Milano, Il Mulino, 2004.
- Relazione orale (attraverso l'ausilio di un file powerpoint) in gruppo (3 studenti/esse) alla classe del capitolo assegnato, in una data che sarà comunicata dal docente.

ORARIO DIDATTICA OBBLIGATORIA

Martedì (primo semestre a settimane alterne, secondo semestre tutte le settimane)

Gruppo A: ore 11:00-14:00

Gruppo B: ore 15:00-18:00

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'ESAME

Per essere ammesso all'esame lo studente deve avere superato il test obbligatorio e aver presentato alla classe l'esercitazione pratica e la relazione orale obbligatoria.

L'esame si svolge in forma orale sui contenuti del libro: Paccagnella Luciano, *Sociologia della comunicazione*, Milano, Il Mulino, 2004.

Il voto finale è il risultato della media raggiunta dallo studente nelle quattro prove: test obbligatorio, esercitazione pratica, relazione orale ed esame orale.