



Media digitali. Televisione, video, Internet 2009-10 (L-ART/06) crediti 6, ore 36 - docente: Enrico Menduni. Per la Laurea magistrale in Cinema, televisione e produzione multimediale.

OBIETTIVI E PROGRAMMA DEL CORSO – MODALITÀ DELL'ESAME

OBIETTIVI: Il corso affronta la digitalizzazione dei media e il Web 2.0, analizzando la nuova cultura visuale determinata dall'avvento delle culture e delle tecnologie digitali, e dalla loro capacità di rimodellare i media esistenti e le esperienze estetiche.

PROGRAMMA: La prima parte del corso affronta le caratteristiche e le modalità della convergenza multimediale e del Web 2.0, affrontando il complesso dei media digitali con particolare riferimento a quelli audiovisivi (televisione, Internet, video, telefoni cellulari). Essi concorrono nel modellare un nuovo "regime della visione" in cui la produzione e la diffusione di testi audiovisivi si avvicinano agli utenti che hanno accesso a una offerta amplissima di testi e soprattutto sono in grado di produrli e diffonderli autonomamente attraverso Internet. Ciò comporta processi di rapida replicazione e di intensa circolazione da un medium all'altro in cui tendenze e mode si affermano e declinano rapidamente in un mondo globalizzato, con conseguenze estetiche ed economiche di grande rilievo. Questa prima parte del corso sarà composta da 10 ore di lezioni frontali.

La seconda parte del corso avrà natura seminariale e multimediale, suddivisa in due momenti: il primo dedicato ai social network di Internet (MySpace, YouTube, Flickr, Facebook, Twitter...), il secondo allo sviluppo delle identità nell'era di Internet, per un totale di 8 ore seminariali e di laboratorio.

ESAME: La prova d'esame è orale, preceduta dalla consegna di una tesina scritta o multimediale, di argomento concordato con il docente e i suoi collaboratori. Testi per l'esame orale: E. Menduni, *I media digitali. Tecnologie, linguaggi e usi sociali*, Roma-Bari, Laterza, 2007, più uno a scelta fra: H. Jenkins, *Cultura convergente*, Milano, Apogeo, 2007; E. Menduni, *Fine delle trasmissioni. Da Pippo Baudo a YouTube*, Bologna, Il Mulino, 2007; T. Bonini, *La radio nella rete. Storia, estetica, usi sociali*, Milano, Costa & Nolan, 2006; G. Granieri, *Blog generation*, Roma-Bari, Laterza, 2009; A. Catolfi, *Old media, new media*, Urbino, Quattroventi, 2005; L. Manovich, *Il linguaggio dei nuovi media*, Milano, Olivares, 2002.