Logo Image not found or type unknown

PROGRAMMA DEL CORSO DI SEMIOTICA DEL WEB E DEI SOCIAL NETWORK

SETTORE SCIENTIFICO

M-FIL/05 (PHIL-04/B)

CFU

12

OBIETTIVI

/**/
Il corso si propone di offrire agli studenti uno sguardo complessivo sulla semiotica del web e dei social network attraverso lo studio dei contenuti mediali e di quelli creati attraverso il web.

PROGRAMMA DIDATTICO

1. Presentazione e struttura del corso

2. La semiotica: concetti generali- 1

3. La semiotica: concetti generali- 2

4. La semiotica: applicazioni allo studio dei media

5. La semiotica: applicazioni allo studio del giornalismo

6. La semiotica: applicazioni alla pubblicità e al marketing.

7. La semiotica dai media al web

8. Esercitazione n. 1

9. Il web: concetti generali

10. Il web 1.0, 2.0 e successivi

11. I mondi virtuali

12. Webcam

13. Blog, blogger, fanzine

14. I social network: nascita e primo sviluppo

15. MySpace – la funzione espressiva
16. Esercitazione n. 2
17. Messenger
18. Facebook – funzione memoriale e funzione connettiva
19. Flickr e gli altri network fotografici
20. YouTube come social network
21. Twitter
22. Instagram
23. L’integrazione con gli smartphone e i tablet
24. Esercitazione n. 3
25. La comunicazione ubiqua: la portabilità.
26. La comunicazione ubiqua: Whatsapp.
27. La comunicazione ubiqua: il cloud
28. Live streaming
29. Facebook, sviluppo e acquisizioni
30. Google, sviluppo e acquisizioni
31. Yahoo e gli altri
32. Esercitazione n. 4
33. La trasformazione di tutto in social network: i giornali, le riviste, i libri
34. La trasformazione di tutto in social network: il commercio elettronico e le recensioni
35. La trasformazione di tutto in social network: lo spettacolo, la tv
36. La trasformazione di tutto in social network: il fandom
37. La trasformazione di tutto in social network: gli influencer
38. La trasformazione di tutto in social network: il crowdfunding
39. La trasformazione di tutto in social network: gaming e videogaming
40. Esercitazione n. 5
41. Privato e pubblico, personale e politico
42. La vita sullo schermo. Identità multiple
43. Creazione di gruppi e aggregazioni
44. Amicizie, follower, like, dislike, ban, emoticon

45. L’intimità in rete

46. Le trasformazioni della vita pubblica: la disintermediazione della comunicazione politica

47. Le trasformazioni della vita pubblica: Partiti e organizzazioni in rete

48. Esercitazione n. 6

49. Le trasformazioni della vita pubblica: change.org e le petizioni

50. Le trasformazioni della vita pubblica: i siti comparatori

51. L’autoproduzione di contenuti: diffusione e concetto di “viralità”

52. L’autoproduzione di contenuti: webseries

53. L’autoproduzione di contenuti: i tutorial

54. L’autoproduzione di contenuti: compilation

55. Esercitazione n. 7

56. Eventi e rappresentazione: on line, on air, on site

57. I contenuti del web: patemica, tematica, diegetica

58. Vero, falso, verosimile

59. Concetto di fake. Le “bufale” e la loro circolazione

60. L’erosione della competenza esperta

61. La disintermediazione e le nuove mediazioni

62. La cultura algoritmica e il data mining

63. Cambridge Analiyica e i confini della compravendita dei dati altrui

64. Esercitazione numero 8

65. Robot e troll, sensori e risposte automatiche. Agenti umani e non umani

66. Phishing, furto di dati, sexting, persecuzioni in rete

67. Nuove estetiche: estetica del falso tecnologico

68. Nuove estetiche: il traballante come veritiero

69. Nuove estetiche: il backstage come stage

70. Nuove estetiche: la soggettiva come marca di verità

71. Nuove estetiche: fuori onda e immagini più o meno fintamente rubate

72. Nuove estetiche testimoniali: io c’ero. Conclusione del corso.

Il docente si riserva il diritto di modificare il titolo delle lezioni

MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

Come da disposizioni, gli esami per l'anno accademico 2020/2021 si svolgeranno per via telematica.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso intende fornire le conoscenze necessarie a comprendere il significato della semiotica nella cultura contemporanea e particolarmente nello studio dei contenuti mediali e di quelli creati, trasmessi e condivisi attraverso il web. Un particolare focus viene applicato a quella particolare declinazione del Web degli anni Duemila, i social network, che si sono dimostrati una potentissima matrice per la creazione, diffusione, replicazione e modifica di contenuti, in gran parte audiovisivi.

Le metodologie che la semiotica ha applicato alla comprensione dei contenuti mediali si sviluppano oggi nel confronto con il web e i social media, con metodologie particolarmente importanti e utili in un corso di laurea dedicato alle arti, alla musica e allo spettacolo.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Nel corso sono presentati numerosi casi applicativi che affiancano l'analisi teorica: in parte essi sono estratti dagli studi semiologici, in parte rappresentano dei casi di studio tratti dalla più recente produzione nei social network.

Ciò permette allo studente di applicare quanto appreso con lo studio delle videolezioni alla sua esperienza di fruitore e di produttore e dunque di poter usare consapevolmente le metodologie connesse, arricchendo analisi e risultati.

Autonomia di giudizio

La conoscenza della semiotica e delle metodologie connesse rappresenta un significativo apporto all'autonomia di giudizio dello studente e in particolare alla sua capacità di valutare testi ed elaborati audiovisivi. Tale capacità è strettamente connessa all'avanzamento negli studi ma anche al conseguimento di posizioni professionali a contatto con la produzione e diffusione audiovisiva, che richiedono questa specifica capacità di giudizio.

Gli esempi addotti nel corso sono finalizzati anche a permettere allo studente la capacità di acquisire e comunicare una valutazione critica sui contenuti, particolarmente nel corso della loro produzione.

Abilità comunicative

Lo studente sarà messo in grado di acquisire un linguaggio tecnico appropriato e una terminologia specialistica adeguata, che gli consenta di intervenire consapevolmente e criticamente nel giudizio sui contenuti audiovisivi presenti nel web e nei social network

Capacità di apprendimento

La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l’effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti, articoli di riviste e link a siti e social network, permetteranno di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

AGENDA

/**/
216 ore di studio individuale