

# Cattedra di ANALISI E TEORIE DELLA MODERNITÀ

## Valeria Giordano

---

*Testi per il corso di Analisi e teorie della modernità*

1. Berman M. (2012), *Tutto ciò che è solido svanisce nell'aria*, Il Mulino, Bologna.
2. Lyotard, F. (2002), *La condizione postmoderna. Rapporto sul sapere*, Feltrinelli, Milano.
3. Farci M. (2012), *Lo sguardo tecnologico. Il postumano e la cultura dei consumi*, Franco Angeli, Roma.
4. Lupton D. (2003), *Il rischio. Percezione, simboli, culture*, il Mulino, Bologna
5. Giordano, V.; Farci, M.; Panarese, P., (2013), *Oltre il senso del limite. Giovani e giochi pericolosi*, Franco Angeli, Roma-Milano.

# Cattedra di CONNECTED AND SOCIAL TELEVISION

## Alberto Marinelli

---

*Testi per il corso di Connected and social television*

MARINELLI A., CELATA G.(a cura di) (2012), *Connecting Television. La televisione al tempo di Internet*, MILANO:Guerini e Associati,

# Cattedra di LA FICTION ITALIANA TRA IDENTITÀ NAZIONALE E INFLUSSI INTERNAZIONALI

## Milly Buonanno, Mihaela Gavrilă

---

*Testi per il corso di La fiction italiana tra identità nazionale e influenze internazionali*

M. Buonanno, *La fiction italiana. Narrazioni televisive e identità nazionale*, Laterza 2012 (disponibile anche in versione ebook)

M. Buonanno (a cura di), *Tempo di fiction. Il racconto televisivo in divenire*, Liguori 2013 (disponibile anche in versione ebook)

Materiali integrativi (files da scaricare)

Gli studenti **non frequentanti** porteranno inoltre

Milly Buonanno (a cura di), Il prisma dei generi. Immagini di donne in televisione, Franco Angeli  
2014

# Cattedra di INTERNET STUDIES – LABORATORIO DI SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Francesca Comunello

---

*Testi per il corso di Internet Studies – Laboratorio di social media management*

Il programma è articolato in due sezioni (Internet Studies e Laboratorio)

## 1. Internet Studies

Testi obbligatori per tutti gli studenti:

1. F. Comunello, *Networked sociability. Riflessioni e analisi sulle relazioni sociali (anche mediate dalle tecnologie)*. Guerini, Milano 2010.
2. H. Jenkins, *Cultura convergente*, Apogeo, 2006\*
3. Due articoli a scelta dello studente, tratti dalle seguenti riviste\*:
  - a. *Journal of CMC*, [http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/\(ISSN\)1083-6101](http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/(ISSN)1083-6101)  
(a scelta dello studente all'interno del numero monografico del JCMC sui Social Network Sites (ottobre 2007) o tra gli articoli pubblicati a partire dal 2011)
  - b. *New media and society*, Sage (selezionando gli articoli pubblicati a partire dal 2011 e, preferibilmente, il numero monografico dedicato a "The Rise of Internet Studies", agosto 2013: <http://nms.sagepub.com/>)
  - c. *First Monday* (selezionando gli articoli pubblicati a partire dal 2011: <http://www.firstmonday.org/>)
  - d. *Information, Communication and society* (articoli pubblicati a partire dal 2011: <http://www.tandf.co.uk/journals/rics>)
4. Un testo scelto dallo studente tra quelli indicati di seguito:
  - H. Jenkins et al, *Culture partecipative e competenze digitali*, Guerini, Milano, 2010
  - M. Berra, A. R. Meo, *Libertà di Software, hardware e conoscenza*, Bollati Boringhieri, Torino
  - Y. Benkler, *La ricchezza della rete*, Università Bocconi Editore (qualora fosse selezionato questo testo, sarà sufficiente selezionare un solo articolo di rivista)
  - M. Castells, *La nascita della società in rete*, Università Bocconi Editore (qualora fosse selezionato questo testo, sarà sufficiente selezionare un solo articolo di rivista)
  - G. Lovink, *Ossessioni collettive. Critica dei social media*, Egea, 2012
  - L. Rainie e B. Wellman, *Networked. Il nuovo sistema operativo sociale*, Guerini, 2012
  - F. Comunello, *Reti nella rete*, Guerini, Milano, 2006
  - E. Pedemonte, *Morte e resurrezione dei giornali*, Garzanti, 2010
  - H. Rheingold, *Perché la rete ci rende intelligenti*, Raffaello Cortina, 2013

\*N.B:

I frequentanti che lo desiderano potranno sostenere parte dell'esame attraverso la partecipazione alle attività di ricerca che saranno presentate durante il corso: in particolare, tali attività consentono di studiare un solo articolo in inglese e di non studiare il testo di cui al punto 2 (H. Jenkins, *Cultura convergente*).

## 2. Laboratorio:

I **frequentanti** discuteranno un progetto di gruppo, le cui caratteristiche saranno presentate in aula e successivamente pubblicate in webcattedra.

Testo a supporto del laboratorio di social media management: V. Cosenza, *Social media ROI*.

Programma per i **non frequentanti**:

V. Cosenza, *Social media ROI*.

G. Di Fraia (a cura di), *Social media marketing*

A. Lovari, Y. Martari, *Scrivere per i social network (sites)*, Le Monnier

# Cattedra di MEDIA E STUDI CULTURALI - LABORATORIO DI ANALISI DELL'IMMAGINARIO E DELLA NARRAZIONE TRANSMEDIALE

Silvia Leonzi

---

*Testi per il corso di Media e studi culturali – Laboratorio di analisi dell'immaginario e della narrazione transmediale*

Programma del corso

Studenti frequentanti "Comland"

3 testi del modulo "Media e Studi Culturali" + 1 testo del "Laboratorio di analisi dell'immaginario e della narrazione transmediale" + partecipazione al progetto di ricerca

Studenti frequentanti

4 testi del modulo "Media e Studi Culturali" + 1 testo del "Laboratorio di analisi dell'immaginario e della narrazione transmediale" + partecipazione a due esercitazioni su tre

Studenti non frequentanti

5 testi del modulo "Media e Studi Culturali" + 1 testo del "Laboratorio di analisi dell'immaginario e della narrazione transmediale" + redazione di una tesina

Testi obbligatori

1. S. Leonzi (a cura di), Michel Maffesoli. Fenomenologie dell'immaginario, Armando editore, Roma, 2009

2. S. Leonzi, Lo spettacolo dell'immaginario, Tunué, Latina, 2009

A scelta tra:

C. Vogler, Il viaggio dell'eroe, Dino Audino, Roma, 2005

M. Giovagnoli, Transmedia. Storytelling Comunicazione, Apogeo, Milano, 2013

S. Leonzi, A. Andò, Transmedia Storytelling Audience Engagement. Strategie narrative e pratiche partecipative nell'era digitale, Armando editore, Roma, 2013 (ebook, in corso di pubblicazione)

Altri testi saranno indicati nel corso delle lezioni

Testi di Laboratorio di analisi dell'immaginario e della narrazione transmediale

D'Alessandro J. (2005), Play 2.0. Storie e personaggi nell'era dei videogame online, Rizzoli, Milano

Forlai L., Maccari C. (2013), Costruire una narrazione. Venti elementi per strutturare film, format, serie web e tv, Dino Audino Editore, Roma

Jenkins H. (2013), Spreadable media: i media tra condivisione, circolazione, partecipazione, Apogeo, Milano

Marks D. (2007), L'arco di trasformazione del personaggio, Dino Audino Editore, Roma

Pecchinenda G. (2003), Videogiochi e cultura della simulazione. La nascita dell'"homo game", Laterza, Bari

Rose F. (2013), Immersi nelle storie, Codice Edizioni, Milano

C. Salmon, Storytelling. La fabbrica delle storie, Fazi Editore 2008

L. Raffaelli, Trattati & ritratti. I grandi personaggi del fumetto da Alan Ford a Zagor, Minimum fax, Roma, 2009

M. Pellitteri, Il drago e la saetta. Modelli, strategie e identità dell'immaginario giapponese, Tunué, Latina, 2008

F. Morici, D. Gulli, La Sitcom. Come ideare e scrivere una serie televisiva di successo, Gremese, Roma, 2010

F. Giovannini, Storia del Noir. Dai fantasmi di Edgar Allan Poe al grande cinema di oggi, Castelvevchi, Bologna, 2000

P. Morales, Narrare con le immagini. Le tecniche del racconto cinematografico dallo script allo schermo, Audino, Roma, 2004

M. Bittanti (a cura di), Schermi interattivi. Il cinema nei videogiochi, Meltemi, Roma, 2008

# Cattedra di RICERCA SOCIALE APPLICATA AI MEDIA

Paolo Montesperelli

---

*Testi per il corso di Ricerca sociale applicata ai media*

P.Montesperelli, "Ricerca sociale applicata ai media", 2013-14 (dispensa tratta dalle slides per le lezioni - gradualmente disponibile nella webcattedra)

G. Losito "L'analisi del contenuto nella ricerca sociale", FrancoAngeli, Milano, 1996

P. Montesperelli, Comunicare e interpretare: introduzione all'ermeneutica per la ricerca sociale (titolo provvisorio), Milano, Egea, 2013.

Testo aggiuntivo per i non frequentanti: R. Albano e L. Paccagnella La ricerca sociale sulla comunicazione, Roma, Carocci, 2006

# Cattedra di TEORIA E ANALISI DELLE AUDIENCE - LABORATORIO DI RICERCA SUI MEDIA DIGITALI E LE AUDIENCE MULTISCREEN

Romana Andò

---

*Testi per il corso di Teoria e analisi delle audience - laboratorio di ricerca sui media digitali e le audience multiscreen*

- R. Andò, Audience Reader. Saggi e riflessioni sull'esperienza di essere audience, Guerini, Milano 2008
- R. Andò, Lost. Analisi di un fenomeno (non solo) televisivo, Bonanno 2011
- Un testo a scelta tra:

1. Silverstone, R., 1994, Television and Everyday Life, Routledge, London. Tr. it. 2000, Televisione e vita quotidiana, Il Mulino, Bologna
2. Lull, J., 1990, Inside family viewing, Routledge, London; tr. it. 2003, In famiglia davanti alla tv, Meltemi, Roma
3. Moores, S., 1993, Interpreting audiences, London, Sage; tr. it. 1998, Il consumo dei media, Bologna, Il Mulino.
4. Fatelli, G., Marinelli, A., Tele-visioni. L'audience come volontà e come rappresentazione, Meltemi, Roma
5. Ang, I., 1991, Desperately seeking the audience, Routledge NY, tr. it. 1998, Cercasi audience disperatamente, Il Mulino, Bologna.

- 1 articolo in lingua inglese

1. Analyzing the Impact of Social TV Strategies on Viewer Engagement (scaricabile dalla sezione materiali)

•Per il Laboratorio:

• Andò, R., Leonzi, S., 2013, Transmedia storytelling e audience engagement. Strategie narrative e pratiche partecipative nell'era digitale, Armando, forthcoming (capitoli 3-4) o in alternativa R.

Andò, "Misurare la complessità. Modelli di analisi delle audience nella cultura della convergenza" (cap 4 del volume G. Celata, A. Marinelli, Connecting television. La televisione al tempo di internet. Guerini 2012

•G. Gianturco, L'intervista qualitativa, Guerini2005 o in alternativa l'articolo "Twittering on: Audience research and participation using Twitter", Ruth Deller, Sheffield Hallam University, UK scaricabile nella sezione materiali

i non frequentanti devono concordare con la docente - in sede di ricevimento - un elaborato da presentare all'esame