

ABPC65 Teoria e metodo dei mass media – I Semestre

TRIENNIO

Declaratoria

Il settore definisce la fenomenologia dei media nel loro rapporto con i linguaggi artistici e i loro mutamenti sia nel contesto comunicativo sia in quello espressivo. Sono campi di analisi specifica la teoria degli audiovisivi e l'analisi delle strutture linguistiche e comunicazionali connesse all'evoluzione ed alla trasformazione dei mezzi di comunicazione di massa.

AMPLIAMENTO OFFERTA FORMATIVA:

"Un mezzo di comunicazione di massa o mass medium è un mezzo di comunicazione attraverso cui è possibile diffondere un messaggio, secondo le caratteristiche proprie del mezzo, ad una pluralità di indistinti e diffusi destinatari, non è necessaria l'interazione"¹

Il corso si articola partendo da una breve introduzione volta a fare una panoramica delle prime fonti di comunicazione dalla preistoria all'età moderna e contemporanea sintetizzando i loro aspetti formali, estetici e comunicativi. Corollario di questo obiettivo sarà l'esigenza di analizzare il campo della comunicazione grafica contemporanea nelle sue espressioni digitali, interattive e multimediali.

Il corso si prefigge quindi l'obiettivo di soddisfare la necessità di conoscenza delle problematiche tecniche e funzioni comunicative relative dei mezzi oggi a disposizione di chi opera nel mondo dell'arte e contestualmente evidenziare la trasversalità dei linguaggi utilizzabili nella pratica quotidiana come segno di bisogno ed esigenza del comunicare attraverso il principale mezzo attualmente utilizzato: internet.

RICERCA

- 1. comunicazione**
- 2. la stampa**
- 3. il manifesto**
- 4. il carattere tipografico**
- 5. televisione**
- 6. pubblicità: figure retoriche, gestalt**
- 7. la fotografia pubblicitaria**
- 8. guerrilla marketing**
- 9. il packaging**
- 10. video: videoclip, spot pubblicitario**
- 11. arte digitale**
- 12. cinema, cinema sperimentale**
- 13. il tatuaggio**
- 14. il videogioco**
- 15. Il gioiello come mezzo di comunicazione**
- 16. Il Fotoromanzo**

A supporto degli argomenti indicati saranno mostrati audiovisivi legati, di volta in volta, al tema della lezione. Sono previste lezioni/seminari con intervento di specialisti esterni (da definire).

Modalità di esame

A scelta del candidato tra:

- esame orale sugli argomenti trattati durante il corso
- elaborato grafico/artistico prodotto e diffuso attraverso uno o più mezzi di assegnato dal docente con tre revisioni **obbligatorie** per sostenere l'esame.

¹ http://it.wikipedia.org/wiki/Mezzo_di_comunicazione_di_massa

Bibliografia di riferimento consultata:

- Marshall McLuhan – **Gli strumenti del comunicare** – Il Saggiatore 2011
- Marshall McLuhan – **Il medium è il massaggio** – Corraini Edizioni
- Lorella Lotto, Rino Rumiati – **Introduzione alla psicologia della comunicazione**, Il Mulino 2007
- Daniele Baroni, Maurizio Vitta – **Storia del design grafico**, Longanesi 2003
- Giorgio Fioravanti - **Grafica & Stampa**, Zanichelli Editore, 1984
- Roberto Monachesi – **Marchio. Storia, semiotica e produzione**, Lupetti & Co. 1993
- David Bann – **La stampa oggi**, Logos 2007
- Timothy Samara – **Elementi di grafica – forma visiva e comunicazione**, Logos 2008
- Nicoletta Cavazza – **Comunicazione e persuasione**, il Mulino 2009
- Vanni Codeluppi – **Storia della Pubblicità Italiana**, Carocci editore 2013
- Seth Godin - **Il ruggito della mucca viola**. Ci vuol coraggio per farsi notare, Sperling & Kupfer 2006
- Paolo Peverini – **Social Guerrilla**, Luiss University Press 2014
- Bruno Munari – **Design e comunicazione visiva** – Editori Laterza 1993
- Bruno Munari – **Supplemento al dizionario italiano** – Corraini edizioni 1963
- Annamaria Testa – **La parola immaginata** – Il Saggiatore 2006
- Riccardo Falcinelli – **Critica portatile al visual design** – Einaudi 2004
- Paolo Iabichino – **Invertising**, Guerini e Associati 2009
- Paolo Iabichino - **#Ibridocene: La Nuova Era del tempo sospeso** - Hoepli 2021
- Nicoletta Cavazza – **Comunicazione e persuasione** – Il Mulino 2009
- Alberto Contri - **McLuhan non abita più qui? I nuovi scenari della comunicazione nell'era della costante attenzione parziale** - Bollati Boringhieri 2017
- David Le Breton – **La Pelle e la traccia** – Meltemi editore 2005
- Sergio Novelli, Simonetta Vernocchi – **Tattoo e piercing la pelle come strumento di comunicazione**, eFBI 2018
- Carlo Birrozzi e Marina Pugliese – **L'arte pubblica nello spazio urbano** – Bruno Mondadori, 2007
- Joan Fontcuberta – **La furia delle immagini**, Einaudi 2018
- Vittorio Fagone – **L'immagine video. Arti visuali e nuovi media elettronici**, Feltrinelli 2007
- Valentina Valentini – **Le pratiche del video**, Bulzoni Editore, 2003
- Studio Azzurro – **Videoambienti, ambienti sensibili e altre esperienze tra arte, cinema, teatro e musica** – Feltrinelli 2008
- Alessandro Aquilio – **Parola di testimonial**, Lupetti2008
- Guy Debord – **La società dello spettacolo** – Baldini&Castoldi 2013
- Jacopo Andreoni – **La comunicazione umana nell'era dei mass media**, Prospettiva edizioni 2009
- Peppino Ortoleva – **Il secolo dei media. Riti, abitudini, mitologie.** – Il Saggiatore, 2009
- Manuel Castells – **Galassia Internet** – Feltrinelli, 2006
- Cecilia Guida – **Spatial Practices. Funzione pubblica e politica dell'arte nella società delle reti** – Franco Angeli, 2012
- Serena Micantonio – **Il codice e l'intenzione. Il medium e la metabolizzazione dello scambio** - La community di ilmiolibro.it, 2007 – ISBN 9788892336797
- Monica Ranieri - **Il potere di adornarsi: Il gioiello come mezzo di comunicazione** - Independently published, novembre 2023
- Silvana Turzio - **Il fotoromanzo, metamorfosi delle storie lacrimevoli** - Meltemi 2019