



Multimedialità

Giuliana Pascucci

g.pascucci@unimc.it

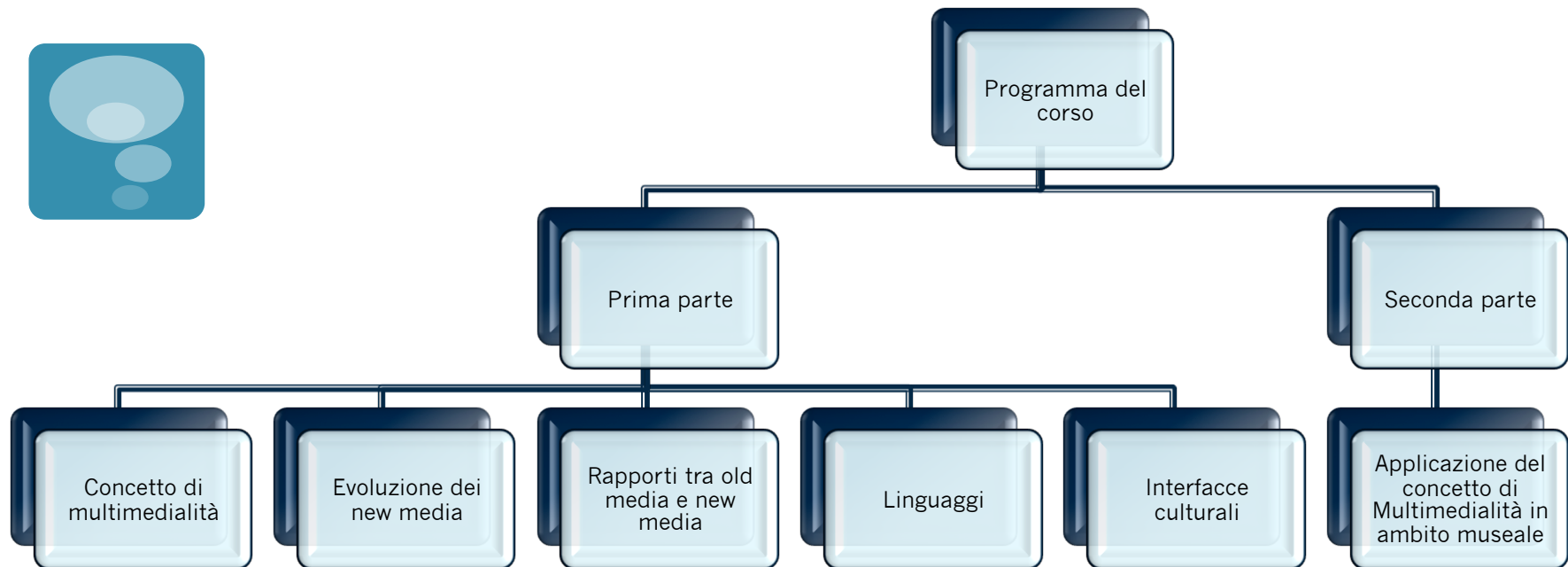


L'insegnamento si propone di fornire i rudimenti concettuali, procedurali e metodologici per affrontare l'analisi e la valutazione dei prodotti multimediali. Accanto agli aspetti più propriamente tecnici si approfondiscono le problematiche che emergono dalla loro applicazione nell'ambito specifico della comunicazione museale (dai siti web culturali all'utilizzo dei social network, dalle video-installazioni agli ambienti immersivi e interattivi fino alla creazione di un museo virtuale).

Programma del corso



Il corso è suddiviso in due parti. La prima è dedicata alla disamina del concetto di multimedialità, allo studio delle teorie volte a chiarire l'evoluzione dei new media e all'analisi dei rapporti con i media tradizionali, i linguaggi e le interfacce culturali. La seconda parte si volge all'osservazione dell'applicazione della multimedialità nell'ambito specifico della comunicazione museale.



Programma del corso



Prima parte:

New media, comunicazione e cultura.



1. Comunicazione e multimedialità
2. Iper testo, Multimedia, ipermedia e media-aggregator
3. Progettazione e integrazione dei media: competizione e integrazione tra vecchi e nuovi media (immediatezza, ipermediazione e rimediazione)
4. Il potere di rimediazione dei nuovi media: computer grafica, cinema, televisione e World Wide Web
5. Le definizioni culturali del sé e la realtà virtuale.

Seconda parte:

Multimedialità e Museo

1. Multimedialità e Museo nella gestione, nella ricerca, nella comunicazione, nell'esposizione e nell'educazione
2. Sito web e social network
3. Audio e media guide, video installazioni e ambienti immersivi
4. Museo virtuale
5. Esercitazioni

Remediation



Bolter, J. David, Grusin Richard, *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Milano Guerini, 2009⁵



Gli autori partendo dal concetto mcluhaniano: “Il ‘contenuto’ di un medium è sempre un altro medium. Il contenuto della scrittura è il discorso, così come la parola scritta è il contenuto della stampa e la stampa quello del telegrafo” [*Understanding Media*, 1964] interpretano lo scenario mediale contemporaneo esaminando il processo secondo il quale i vecchi media “rimediano” i nuovi e, contemporaneamente, i vecchi si rimodellano in base al nuovo contesto comunicativo (*situatio communicationis*).

Quella che ci è offerta da Bolter & Grusin [*Remediation*, 2005] è un'interpretazione complessiva dei media vecchi e nuovi imperniata sul concetto di rimediazione, sulla “rappresentazione di un medium all'interno di un altro”. Da cui la definizione: “Un medium è ciò che rimedia”, che si presta a una triplice lettura:



Il testo affronta il processo di rimediazione nei media contemporanei



NEW MEDIA & MUSEUM



- Da un punto di vista pratico caleremo le nostre analisi e riflessioni in un ambito specifico di applicazione: quello del museo e delle applicazioni multimediali ad esso connesse.

Testi Adottati e Consigliati



- **Teati adottati:** Jay David Bolter, Richard Grusin, *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Guerini e associati, 2005.



- **Gli studenti non frequentanti** devono integrare il programma con lo studio dei seguenti testi:
- Rossi, Pier Giuseppe, Pascucci, Giuliana, *I Media-aggregator. Il ruolo semantico del pro-testo nei social-software*, in Pier Giuseppe, Rossi, *Tecnologia e costruzione di mondi. Post costruttivismo, linguaggi e ambienti di apprendimento*, Armando, 2009, pp. 117-147.
- Lorenzo Taiuti, *Multimedia. L'incrocio dei linguaggi comunicativi*, Meltemi, 2005 (in part. cap. 6, 7, 8, 9, 10).

•**Testo consigliato:** Pascucci, Giuliana, *Comunicazione museale*, EUM, 2007.

Calendario



Calendario	Orario
11 ottobre	17.00 -20.00
8 novembre	17.00 -20.00
15 novembre	17.00 -20.00
18 novembre	17.00 -20.00
22 novembre	17.00 -20.00
25 novembre	17.00 -20.00
29 novembre	17.00 -20.00
6 dicembre	17.00 -20.00
13 dicembre	17.00 -20.00
20 dicembre	17.00 -20.00

■ PROVA INTERMEDIA

La prova intermedia è **facoltativa**; possono partecipare tutti gli studenti (**anche coloro che non frequentano le lezioni**).

La prova scritta (avente ad oggetto parte del testo in programma da pag. 1 a pag. 145) si terrà presso la Facoltà di Scienze della formazione, **lunedì 13 dicembre**, alle ore 17.00.

Si prega di avvisare il docente via mail entro il 10 dicembre se si intende partecipare alla prova intermedia.



New media:
comunicazione e
cultura
Prima Parte

Comunicazione

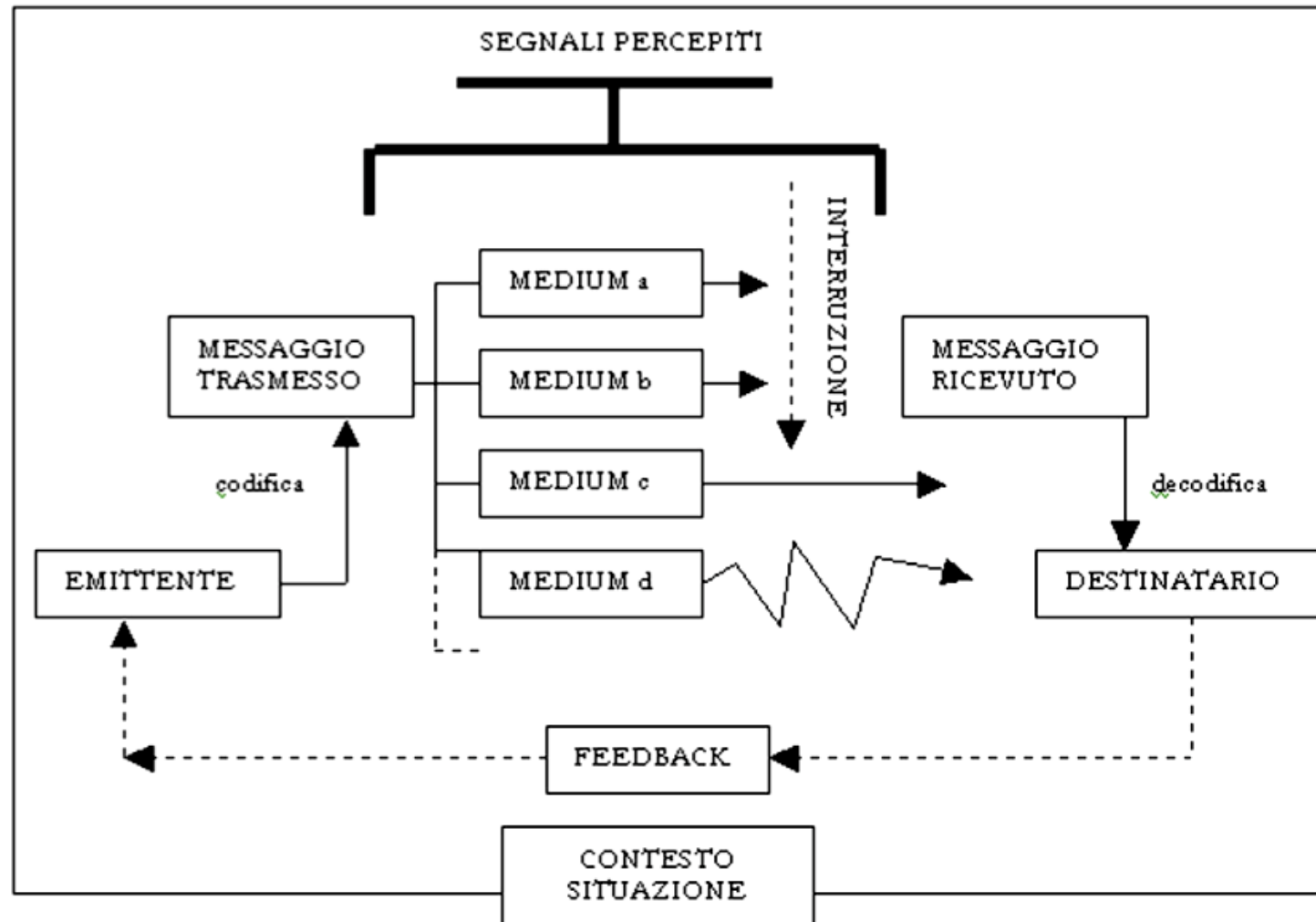


“È impossibile non comunicare”
Watzlawick-Beavin-Jackson

Comunicazione
interpersonale

Comunicazione
di massa

Situatio communicationis



Situatio communicationis



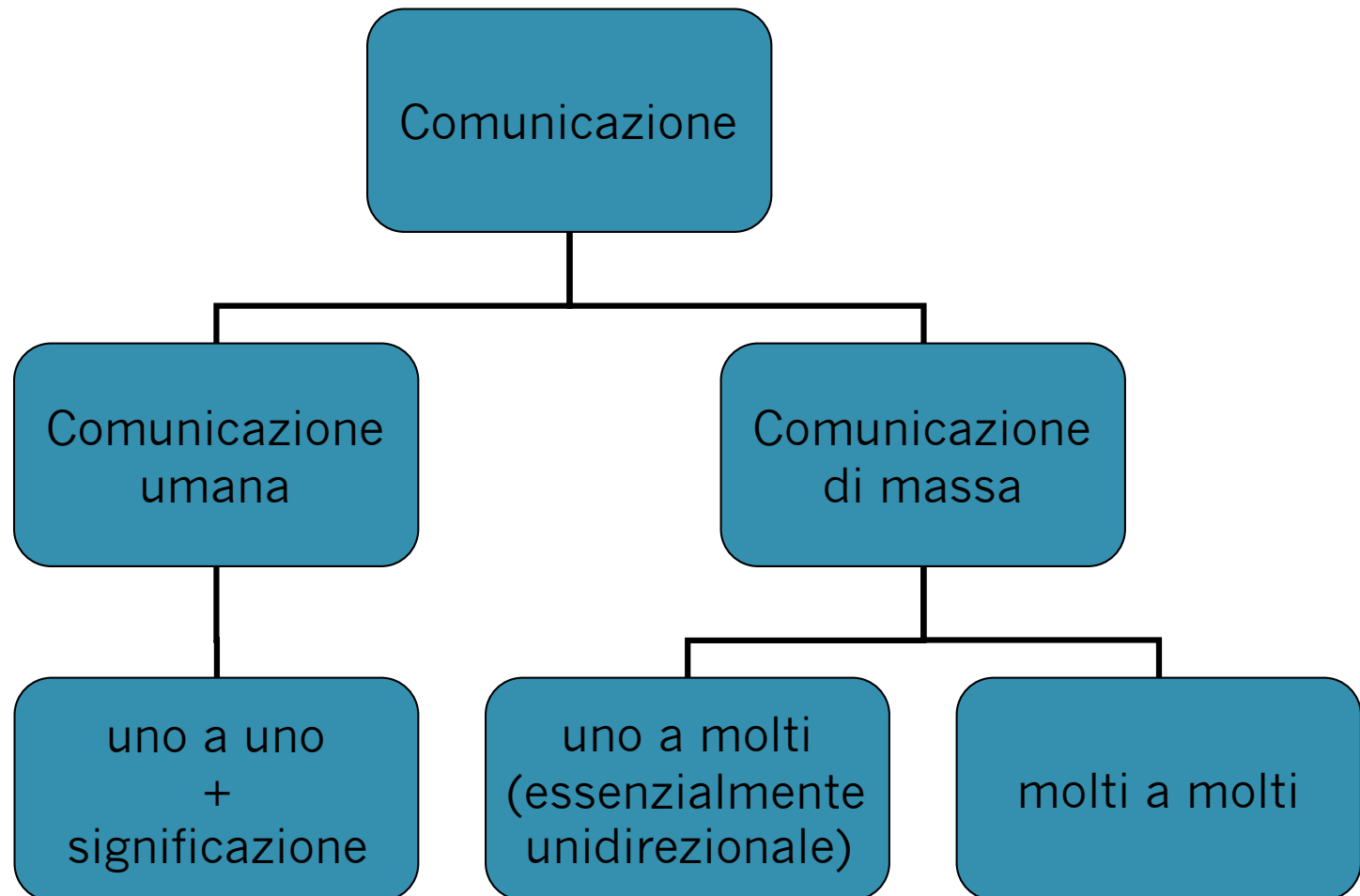
- In un dato contesto o situazione sociale un processo di comunicazione implica l'esistenza di un emittente e la trasmissione di un contenuto ad un destinatario. A quest'ultimo, in una forma e in un codice accessibile, invia un messaggio destinato a riscuotere maggiore o minore successo. La trasmissione del messaggio spesso si avvale di molteplici media contemporaneamente, stratificando il significato e ampliandone la ricezione. I disturbi o rumori che possono interferire nel processo di comunicazione, a volte interrompendo del tutto o alterandone la trasmissione, possono essere di diversa natura semiotica e tecnica. Il destinatario a sua volta tenta di ricostruire, decodificando, l'intenzione comunicativa dell'emittente, interpreta il messaggio recependolo o rifiutandolo. Questo naturalmente può provocare un flusso inverso nel processo comunicativo, definito feedback o reazione di ritorno, per cui l'emittente diviene a sua volta ricevente [Petőfi, 2001].

Significazione



- Significazione = produzione del segno quale unità imprescindibile di significante e significato.
- In un processo di significazione il destinatario assume i fatti che gli interessano come oggetto di inferenza applicando ad essi in maniera più o meno consapevole le proprie conoscenze.

Comunicazione



Mezzi di comunicazione e trasformazioni culturali



- L'avvento delle nuove tecnologie ha prodotto non solo una conquista di ordine tecnico, ma ha avuto anche una ricaduta sui comportamenti percettivi ed educativi della società.

Mezzi di comunicazione e trasformazioni culturali



- La rivoluzione informatica che stiamo vivendo è l'espressione di una più ampia e complessa innovazione comunicativa che ha visto l'interazione tra linguaggi e modalità di trasmissione e ricezione diverse

Mezzi di comunicazione e trasformazioni culturali

- Il passaggio tra oralità e scrittura alimenta differenti modi della conoscenza umana.



Mezzi di comunicazione e trasformazioni culturali



- La diffusione dell'alfabetismo influenza l'organizzazione sociale, la definizione comune della conoscenza e la concezione stessa dell'individuo in quanto richiede un tempo (un prima ed un dopo) ed uno spazio (un dove), mentre l'oralità necessita della sola dimensione mnemonica [W.J. Ong, 1988].

Mezzi di comunicazione e trasformazioni culturali



- Anche il trapasso tecnico dal rotolo al codice e quello materico dal papiro alla pergamena alterano le modalità di produzione, trasmissione e ricezione della comunicazione.

Mezzi di comunicazione e trasformazioni culturali



- La civiltà che si esprimeva mediante rotoli era detentrica di una cultura essenzialmente orale e la lettura era condivisa socialmente.
- Con l'uso del codice nasce una lettura mentale e meditativa che si configura come personale e introspettiva rispetto a quella sociale attinente all'uso del rotolo

Mezzi di comunicazione e trasformazioni culturali



- L'avvento della stampa cambia nuovamente le modalità di comunicazione orale e di scrittura, introduce il concetto di riproducibilità, permette di trasmettere in modo più efficace il concetto di struttura, mette in evidenza i diversi piani di lettura, crea un nuovo concetto di autorità e proprietà intellettuale, stimola lo sviluppo del sentimento nazionalista e modifica l'interazione tra parola e pensiero [Chaytor, 1945]

Mezzi di comunicazione e trasformazioni culturali



- L'introduzione di nuove forme di scrittura elettronica nel loro aspetto ipertestuale permette di leggere e pensare in maniera non lineare annientando l'isolamento artificiale del testo dai suoi contesti [G.P. Landow, 1998, pp. 116-117].

Mezzi di comunicazione e trasformazioni culturali



- Il susseguirsi di innovazioni tecniche e/o comunicative non avviene in modo “sostitutivo” ma ogni “strato” (la scrittura, l’alfabeto, la stampa, il cyberspazio) «integra il precedente e conduce ad una nuova espansione e diversificazione culturale» [P. Lévy, 2000, p. 210].

Mezzi di comunicazione e trasformazioni culturali



- Questo ha fatto sì che l'introduzione delle cosiddette tecnologie dell'informazione abbia valorizzato una modalità di creazione, gestione e pubblicazione delle conoscenze comunemente definita multimediale e/o ipermediale



Che cos'è la multimedialità?



Che cos'è la multimedialità?

... tanti artefatti per una sola definizione?



- <http://www.youtube.com/watch?v=Z7R3XZCbc3g>
- <http://www.microsoft.com/italy/athome/together/pills.msp>
- http://www.nrw-forum.de/index.php?f_articleId=812
- <http://www.studioazzurro.com/opere>
- <http://www.ennezerotre.it/home.html>
- <http://www.unimc.it/ateneo/canali-informativi/multimedia/streaming-media-training>

Mezzi di comunicazione e trasformazioni culturali



- Comunicato multimediale comporta la compresenza di due o più media semiotici (un testo, una fotografia, un suono ...) indipendentemente dal supporto sia esso cartaceo che elettronico.
- Comunicato ipermediale: Artefatto simbolico costituito da due o più media semiotici (di cui almeno uno dinamico) con struttura non lineare, interattivo, a supporto elettronico. [Toppino, 2005]



Bibliografia



- W.J. Ong, *Oralità e scrittura: le tecnologie della parola*, Bologna, Il mulino, 1986.
- H.J. Chaytor, *From Script to Print: An Introduction to Medieval Vernacular Literature*, Cambridge, University Press, 1945.
- G.P. Landow, *L'ipertesto: Tecnologie digitali e critica letteraria*, a c. di P. Ferri, Milano, Bruno Mondadori, 1998, pp. 116-117.
- P. Lévy, *Le tecnologie dell'intelligenza. Il futuro del pensiero nell'era dell'informatica*, Verona, Ombre corte, 2000, p. 210.
- J.S. Petőfi – G.Pascucci, *Sistemi segnici e loro uso nella comunicazione umana. 5. Comunicazioni visiva: parole e immagini in comunicati statici*, Università di Macerata. Dipartimento di Filosofia e scienze umane, 2001.
- R.E. Mayer, *Multimedia Learning*, Cambridge, University press, 2001.
- J.R. Levin - H Mandl, *Knowledge acquisition from text and prose*, Amsterdam, Elsevier Science Publisher, 1989.
- M. Ranieri, *E-learning: modelli e strategie didattiche*, Trento, 2005.