



**GUERINI
E ASSOCIATI**

**PERCORSI
di
SCIENZE
DELLA
COMUNICAZIONE**

- **MEDIA E VIVERE SOCIALE pag. 2**
- **VECCHI E NUOVI MEDIA pag. 5**
- **MEDIA EDUCATION pag. 7**
- **ECONOMIA E MEDIA pag. 9**

MEDIA E VIVERE SOCIALE

Rainie Lee, Wellman Barry

[Networked. Il nuovo sistema operativo sociale](#)

prefazione e cura di Alberto Marinelli e Francesca Comunello, 2012, pp. 439, € 28,50, ISBN 978-88-8107-329-0

I network tra persone hanno profondamente modificato il modo in cui ci connettiamo, in presenza e con la mediazione delle tecnologie. Un'analisi accurata e stupefacente della vita *networked*: al lavoro, in famiglia, nelle relazioni sociali.

Ragone Giovanni (a cura di)

[Lo spettacolo della fine](#)

2012, pp. 208, € 22,50, ISBN 978-88-6250-404-1

Intorno al nesso catastrofe/immaginari, che viene affrontato sul piano mediologico, filosofico, letterario, scientifico, giornalistico e politico, senza dimenticare i temi relativi al ruolo e alle responsabilità del discorso di informazione, il volume mette a confronto le diverse suggestioni di studiosi ed esperti.

Castells Manuel, Fernández-Ardèvol Mireia, Linchuan Qiu Jack, Araba Sey

[Mobile communication e trasformazione sociale](#)

prefazione e cura di Alberto Marinelli, 2008, pp. 318, € 26,50, ISBN 978-88-8335-959-0

Con dati e casi di studio tratti dalla vita quotidiana e con riflessioni inedite sulle implicazioni sociali e politiche, Castells e i suoi collaboratori descrivono la mobile network society, declinata nella concretezza della storia di oggi e negli sviluppi futuri, certamente non troppo lontani.

Iannelli Laura

[Facebook & Co](#)

Sociologia dei Social Network Sites

2011, pp. 185, € 18,50, ISBN 978-88-8107-308-5

La diffusione delle piattaforme di Social Network e la crescente popolarità di Facebook pongono nuove sfide all'osservazione sociologica dei processi culturali e comunicativi. Il volume definisce le caratteristiche strutturali e le pratiche relazionali abilitate da queste nuove forme socio-tecnologiche, come espressione del mutamento più complessivo che coinvolge le società contemporanee.

Comunello Francesca

[Networked sociability](#)

Riflessioni e analisi sulle relazioni sociali (anche) mediate dalle tecnologie

prefazione Mario Morcellini; 2010, pp. 213, € 19,50, ISBN 978-88-8107-277-4

Le tecnologie della comunicazione non creano un universo separato dal mondo offline, ma rappresentano per l'utente uno strumento in più per attivare i processi identitari e relazionali tipici della network society, dentro e fuori dagli ambienti tecnologicamente mediati. Oggetto centrale di questo lavoro non sono dunque le tecnologie. Sono i processi di proiezione identitaria e le forme sociali che le persone attivano anche a ridosso delle tecnologie di rete.

Drusian Michela, Riva Claudio

Bricoleur High Tech

I giovani e le nuove forme della comunicazione

2010, pp. 182, € 16,00, ISBN 978-88-8107-297-2

Il libro si interroga su cosa significhi oggi essere giovani in un mondo tecnologico in continuo mutamento. Dalle esperienze e dalle pratiche di vita quotidiana emerge un incessante bricolage high tech, di cui i giovani sono protagonisti e attraverso il quale riescono a elaborare significati, comporre nuovi scenari di interazione e gestire nuove capacità.

Mascio Antonella

Virtuali comunità

Uno studio delle aggregazioni sociali in Internet

2008, pp. 268, € 25,00, ISBN 978-88-8107-254-5

Second Life, Active Worlds, the Well si definiscono comunità virtuali. Ma che cosa sono realmente, come funzionano e quali tipologie di spazi occupano? Attraverso l'uso di strumenti di analisi che spaziano dalla sociologia fino alla semiotica, il libro punta a far chiarezza sul loro funzionamento considerando il sistema di valori che le caratterizza, i ruoli che si costituiscono fra i membri che le abitano, fino a definire, laddove si presentano, le connessioni fra l'online e l'offline.

Di Fraia Guido

Blog-grafie

Identità narrative in rete

2007, pp. 189, € 19,50, ISBN 88-8335-876-0

I blog personali sono stati spesso ritenuti (erroneamente) la declinazione più «adolescenziale» e narcisistica del fenomeno 'blog'. Ascoltando le voci di chi ad essi dedica tempo e cura, gli autori intravedono invece in questa particolare forma di scrittura del sé una nuova opportunità che i media elettronici offrono ai meccanismi attraverso cui ciascuno di noi, quotidianamente, costruisce ed esprime la propria identità. La storia continua su www.bloggrafie.splinder.com

Granelli Andrea

Il sé digitale

Identità, memoria, relazioni nell'era della rete

prefazione di Antonio Calabrò, 2006, pp. 223, € 19,50, ISBN 88-8335-733-7

Blog, avatar, sms, realtà virtuale... parole ormai entrate nel vocabolario comune, che raccontano di un unico fenomeno: la presenza sempre più pervasiva delle tecnologie digitali nella vita di tutti i giorni. È quindi all'interno di queste nuove coordinate che deve muoversi e districarsi l'umanità di oggi, in quella sfida, antica e sempre attuale, che è la ricerca dell'identità.

Pireddu Mario, Tursi Antonio

Post-umano

Relazioni tra uomo e tecnologia nella società delle reti

con saggi di: Abruzzese, Brancato, Canevacci, Capucci, Caronia, De Kerckhove, Esposito, Longo, Marchesini, Marinelli, Prospero, Rodotà, Valeriani; 2006, pp. 214, € 21,50, ISBN 88-8335-782-5

Il ruolo che la tecnologia riveste nell'ambito della ricerca scientifica, e ormai anche in quello della vita quotidiana, rende conto di un accoppiamento strutturale tra umano e inumano che trova la sua origine nel rapporto uomo-natura, rapporto dalle infinite implicazioni politiche.

Drusian Michela

Acrobati dello specchio magico

L'esperienza degli adolescenti in chat

2005, pp. 239, € 19,50, ISBN 88-8335-694-2

Tra i tipi di comunicazione mediata dal computer, la chat è quella più discussa e meno compresa. Il volume analizza i percorsi degli adolescenti in chat, che smentiscono una serie di allarmismi dimostrando, al contrario, come i giovani siano in grado di muoversi da esperti conoscitori nel mondo digitale, acrobati tra le cornici della vita online e di quella offline.

VECCHI E NUOVI MEDIA

A cura di Marinelli Alberto e Celata Giandomenico

[Connecting television](#)

La televisione al tempo di internet

2012, pp. 303, € 26,50, ISBN 978-88-6250-348-8

Sulla spinta delle trasformazioni nelle pratiche sociali imposte da Youtube e dai social media, la televisione è costretta a reinventarsi come un medium connesso a internet: la *connected television*. Si crea, così, un nuovo ambiente competitivo in cui i broadcaster tradizionali entrano in concorrenza con gli operatori che vengono dal web (Google) e dai dispositivi mobili (Apple), mentre i gestori di banda larga, che controllano la Rete, lottano per trovare uno spazio. La televisione, che alcuni davano per morta sotto i colpi di internet, si sta rapidamente trasformando per entrare in sintonia con i processi di convergenza digitale e le pratiche partecipative dei pubblici.

Bolter Jay David, Grusin Richard

[Remediation](#)

Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi

prefazione e cura di Alberto Marinelli, 2005⁴, pp. 315, € 26,00, ISBN 88-8335-474-5

Qual è la logica della “remediation”? Combinare “immediatezza” (trasparenza) e “ipermediazione” (opacità) nei vari ambienti mediali. Una doppia logica che, secondo gli autori, caratterizza non solo le tecnologie digitali contemporanee, ma anche la maggior parte delle forme espressive della cultura occidentale - dai manoscritti medioevali allo sviluppo della prospettiva, dal cinema ai parchi di divertimento della Disney.

Devescovi Francesco

[Il crepuscolo della televisione](#)

postfazione di Piero Dorfles, 2008, pp. 191, € 19,50, ISBN 978-88-6250-026-5

Parlare di televisione, oggi, in Italia, vuol dire parlare del declino di una grande tradizione culturale, di una sconcertante banalizzazione degli strumenti della trasmissione del sapere, in definitiva del crepuscolo della elaborazione di progetti e di idee creative. I segnali sono molti. la televisione generalista appiattisce la qualità della programmazione e il servizio pubblico non risponde alle aspettative degli spettatori: è forse la fine della tv pubblica?

Andò Romana (a cura)

[Audience reader](#)

Saggi e riflessioni sull'esperienza di essere audience

2007, pp. 206, € 20, ISBN 978-88-8107-233-0

Attraverso la molteplicità dei diversi saggi proposti, da Morley a Fiske, da Abercrombie e Longhurst a Livingstone, da Radway a McRobbie, da Jenkins a Hills, il reader punta, dunque, a favorire la ricerca e il ritrovamento di percorsi interpretativi, riassumibili nell'idea di rielaborare teoricamente l'esperienza connessa all'essere audience.

Lughi Giulio

Cultura dei nuovi media

Teorie, strumenti, immaginario

prefazione di Mario Morcellini, 2006, pp. 203, € 19,00, ISBN 88-8335-684-5

Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione stanno determinando profondi mutamenti nella mente delle persone e nell'organizzazione sociale: cambia il sistema di idee, di valori, di aspettative, di comportamenti; cambia l'immaginario collettivo che fa da motore alle scelte della vita quotidiana; si profila quella che possiamo definire cultura dei nuovi media. Questo libro tenta di allestire una possibile «cassetta degli attrezzi», teorici e operativi, per capire che cosa stia succedendo.

MEDIA EDUCATION

Jenkins Henry

Culture partecipative e competenze digitali

Media education per il XXI secolo

introduzione e cura di Paolo Ferri e Alberto Marinelli, 2010, pp. 191, € 18,00, ISBN 978-88-6250-233-7

La maggior parte dei ragazzi che usa Internet fa esperienza attiva delle culture partecipative. E un numero crescente di studiosi ritiene che queste attività possano favorire l'apprendimento tra pari, lo sviluppo di abilità utili per il lavoro e l'esercizio dei diritti di cittadinanza. Ma queste competenze possono essere acquisite fuori da qualsiasi progetto educativo? Jenkins sostiene la necessità di un indirizzo pedagogico e politico per valorizzare al massimo la "cultura partecipativa".

Ferri Paolo, Mizzella Stefano, Scenini Francesca

I nuovi media e il web 2.0

Comunicazione, formazione ed economia nella società digitale

2009, pp. 313, € 26,50, ISBN 978-88-8107-272-9

Web 2.0 e social networking: concetti familiari, realtà in cui siamo immersi. Ma qual è l'impatto delle più recenti tecnologie sul nostro modo d'agire e pensare? La prospettiva chiara del saggio, che dà una chiave d'interpretazione per leggere gli effetti dei nuovi mezzi di comunicazione sulle nostre pratiche comunicative, sociali e professionali, si affianca alla completezza del manuale, che fornisce le nozioni fondamentali delle Teorie e tecniche dei nuovi media e delle Tecnologie didattiche.

Pieri Michelle, Diamantini Davide

Il mobile learning

2009, pp. 180, € 17,00, ISBN 978-88-8335-806-7

Che cosa e come si può imparare tramite il mobile learning? In che cosa differisce dalle forme di e-learning ormai sperimentate? Qual è il ruolo dell'entertainment in questa peculiare tipologia formativa? E quali sono i settori in cui la comunicazione a distanza di informazioni può rappresentare il fattore chiave, quello che fa la differenza? Le ricerche e le riflessioni degli autori indicano molteplici strade, tra le quali spicca il settore del turismo e dei beni culturali, ideali bersagli per la formazione mirata alla mobilità.

Ferrari Simona

Giochi di rete

Metodi e strumenti per l'analisi psicopedagogica del forum

prefazione di Pier Cesare Rivoltella, 2006, pp. 286, € 25,50, ISBN 88-8335-811-2

A partire da una riflessione sul rapporto che si instaura tra apparati tecnologici, sistemi di comunicazione e processi conoscitivi, attraverso una revisione critica degli studi specifici nel settore della cmc, vengono messi in luce gli aspetti caratteristici di questa nuova

modalità di interazione che rappresenta lo snodo fondamentale per attivare modelli di apprendimento collaborativo nei processi di e-learning.

Pieri Michele, Diamantini Davide, Bonfils Philippe

Ubiquitous Learning

2011, pp. 412, € 35,00, ISBN 978-88-6250-227-6

Come si è verificato il passaggio dalla «tradizionale» formazione face to face a quella a distanza, ora si sta verificando il passaggio dalla formazione a distanza «tradizionale» a quella 2.0. Forse è giunto il momento di passare ad insegnare *nella tecnologia*, cioè di considerare la tecnologia come l'ambiente naturale in cui si realizza l'apprendimento.

ECONOMIA E MEDIA

Picard Robert G.

[Economia e finanza dei media](#)

introduzione e cura di Giandomenico Celata, 2005, pp. 302, € 26,50, ISBN 88-8335-599-7

Robert G. Picard è l'economista che per primo ha sistematizzato e organizzato l'analisi economica dell'industria dei media. Questo manuale è il portato della sua vastissima esperienza. Tra le tematiche trattate vi sono il ciclo di vita dei prodotti media e le variabili esterne all'impresa come lo stato dell'economia locale e globale, i tassi di interesse e le barriere al commercio.

Castells Manuel, Himanen Pekka

[Società dell'informazione e Welfare State. La lezione della competitività finlandese](#)

prefazione di Daniele Archibugi, 2006, pp. 216, € 22,50, 88-8335-802-3

Gli autori descrivono gli elementi della straordinaria esperienza della Finlandia, un paese povero e a base agricola fino a metà del secolo scorso, che grazie al suo particolare modo di innovare è oggi riconosciuto ai vertici della competitività internazionale come della tutela e del benessere dei suoi cittadini.

Devescovi Francesco

[Principi di economia della televisione](#)

prefazione di Mario Morcellini, 2003, pp. 206, € 18,50, 88-8335-458-3

L'analisi dei principali meccanismi economici che governano la televisione: lo sforzo delle imprese di dare "valore" ai programmi e alla programmazione delle reti televisive; l'attività di vendita di questo valore agli inserzionisti pubblicitari.