# Semiotica dei media (6 CFU)

## Prof. Ruggero Eugeni

# Semiotica dei media (12 CFU)

## Prof. Ruggero Eugeni

# Semiotica dei media (6 CFU)

## Prof. Ruggero Eugeni

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso si propone di introdurre gli studenti ai metodi di analisi semiotica dei testi e dei discorsi mediali, con una specifica attenzione per quelli audiovisivi.

Al termine dell’insegnamento lo studente

* Possiederà una buona *conoscenza e comprensione* dei concetti di fondo della Semiotica pragmatica (segno, codice, significazione, modello narrativo, testo, discorso, enunciazione, etc.);
* Saprà collocare tali concetti sia in termini storici che teorici all’interno del campo semiotico e delle sue evoluzioni.
* Conoscerà in modo approfondito gli sviluppi più recenti della disciplina, legati al dialogo tra semiotica pragmatica e scienze neurocognitive, e al conseguente ripensamento dei concetti di cui sopra alla luce dell’idea di “esperienza mediale”.
* Sarà capace di *applicare* tali conoscenze all’analisi critica di prodotti mediali *audiovisivi* (programmi televisivi, film e serie di fiction, commercials, etc.) al fine di reperire strategie espressive e persuasive sottese alle esperienze mediali.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso si articola nelle seguenti unità didattiche: 1: Lo sviluppo storico e teorico della semiotica; 2: L’esperienza e la semiotica dell’esperienza; 3: La sensazione e la percezione; 4: La collocazione ontologica dello spettatore; 5: Trasformazioni e architetture narrative; 6: Le relazioni con i personaggi e il punto di vista; 7: Le relazioni con l’autore del discorso e con gli altri spettatori.

***BIBLIOGRAFIA***

A. Cati, R. Eugeni, M. Locatelli, *Semiotica dei media. L?analisi dell’audiovisivo,* Carocci, Roma, 2021. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/ruggero-eugeni/semiotica-dei-media-le-forme-dellesperienza-9788843049264-209636.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso si svilupperà attraverso lezioni frontali e l’illustrazione di casi di studio. È raccomandata la frequenza alle lezioni. Gli studenti che per fondate ragioni non potranno frequentare svolgono il corso in modalità a distanza mediante una serie di lezioni preregistrate disponibili sulla piattafora BlackBoard.

Gli studenti sono invitati a proporre casi di studio e a discutere quelli presentati a lezione mediante la pagina facebook media | experience | semiotics (https://www.facebook.com/groups/mediaexperiencesemiotics/?ref=bookmarks)

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Gli studenti frequentanti hanno la possibilità di svolgere un esame scritto in preappello. Le risposte vengono valutate in base ai criteri di: (a) chiarezza e completezza, (b) pertinenza e focalizzazione, (c) capacità di presentare esempi prodotti in classe o di propria ideazione, (d) capacità di effettuare collegamenti tra differenti spunti presentati nel corso. Gli studenti che lo desiderano possono migliorare il voto riportato in sede di esame orale (ma non ripetere l’esame ex novo).

Gli studenti non frequentanti o coloro che non hanno svolto la prova scritta in preappello, svolgono l’esame oralmente: le risposte vengono valutate secondo i medesimi criteri di quelle scritte.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Dato il suo carattere introduttivo l’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti; si suppone in ogni caso una consocenza generale del mondo dei media, della sua storia e del suo funzionamento.

*Orario e luogo di ricevimento*

Il Prof. Ruggero Eugeni riceve gli studenti dopo le lezioni nel suo Ufficio.

È bene preannunciare il colloquio alla mail *ruggero.eugeni@unicatt.it*. In caso di studenti lavoratori o in stages il colloquio può svolgersi via Webex all’indirizzo <https://unicatt.webex.com/meet/ruggero.eugeni>

# Semiotica dei media (12 CFU)

## Prof. Ruggero Eugeni

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso si propone due obiettivi:

* introdurre lo studente alla conoscenza delle basi della disciplina semiotica, con particolare attenzione agli sviluppi più recenti nel settore dell’analisi del discorso e dell’esperienza;
* introdurre all’applicazione dei metodi di analisi semiotica a testi mediali: pubblicità, stampa, cinema, televisione, nuovi media.

Al termine dell’insegnamento lo studente

* Possiederà una buona *conoscenza e comprensione* dei concetti di fondo della Semiotica pragmatica (segno, codice, significazione, modello narrativo, testo, discorso, enunciazione, etc.).
* Saprà collocare tali concetti sia in termini storici che teorici all’interno del campo semiotico e delle sue evoluzioni.
* Conoscerà in modo approfondito gli sviluppi più recenti della disciplina, legati al dialogo tra semiotica pragmatica e scienze neurocognitive, e al conseguente ripensamento dei concetti di cui sopra alla luce dell’idea di “esperienza mediale”.
* Sarà capace di *applicare* tali conoscenze all’analisi critica di prodotti mediali audiovisivi (programmi televisivi, film e serie di fiction, commercials, etc.) e non strettamente o esclusivamente audiovisivi (stampa quotidiana e periodica, fumetto, canzone pop, videogioco) al fine di reperire strategie espressive e persuasive sottese alle esperienze mediali.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso è articolato in due moduli, che vengono svolti successivamente.

Il modulo A fornisce le metodiche per l’analisi semiotica dei processi di comunicazione basati sui media. Gli studenti saranno introdotti ai fondamenti della disciplina (scuole, autori e categorie) e guidati alla conoscenza dei più recenti approcci semiotici ai media e, in particolare, al linguaggio audiovisivo.

Il modulo B applica un modello di analisi semiotica a media differenti dall’audiovisivo, di tipo visuale, cartaceo, elettronico, digitale.

***BIBLIOGRAFIA***

A. Cati, R. Eugeni, M. Locatelli, *Semiotica dei media. L?analisi dell’audiovisivo,* Carocci, Roma, 2021.

R. Eugeni, *Semiotica dei media. Le forme dell’esperienza,* Carocci, Roma, 2010 [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/ruggero-eugeni/semiotica-dei-media-le-forme-dellesperienza-9788843049264-209636.html)

Gli studenti avranno inoltre a disposizione sulle pagine Blackboard del corso i materiali utilizzati a supporto della didattica frontale.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso si svilupperà attraverso lezioni frontali e l’illustrazione di casi di studio. È raccomandata la frequenza alle lezioni. Gli studenti che per fondate ragioni non potranno frequentare svolgono il corso in modalità a distanza mediante una serie di lezioni preregistrate disponibili sulla piattafora BlackBoard.

Gli studenti sono invitati a proporre casi di studio e a discutere quelli presentati a lezione mediante la pagina facebook media | experience | semiotics (https://www.facebook.com/groups/mediaexperiencesemiotics/?ref=bookmarks)

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Gli studenti frequentanti hanno la possibilità di svolgere un esame scritto in preappello. Le risposte vengono valutate in base ai criteri di: (a) chiarezza e completezza, (b) pertinenza e focalizzazione, (c) capacità di presentare esempi prodotti in classe o di propria ideazione, (d) capacità di effettuare collegamenti tra differenti spunti presentati nel corso. Gli studenti che lo desiderano possono migliorare il voto riportato in sede di esame orale (ma non ripetere l’esame ex novo).

Gli studenti non frequentanti o coloro che non hanno svolto la prova scritta in preappello, svolgono l’esame oralmente: le risposte vengono valutate secondo i medesimi criteri di quelle scritte.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Dato il suo carattere introduttivo l’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti; si suppone in ogni caso una consocenza generale del mondo dei media, della sua storia e del suo funzionamento.

*Orario e luogo di ricevimento*

Il Prof. Ruggero Eugeni riceve gli studenti dopo le lezioni nel suo Ufficio.

È bene preannunciare il colloquio alla mail *ruggero.eugeni@unicatt.it*. In caso di studenti lavoratori o in stages il colloquio può svolgersi via Webex all’indirizzo <https://unicatt.webex.com/meet/ruggero.eugeni>.