# 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 in dieci unità didattiche: 1-2-3: Lo sviluppo storico e teorico della semiotica; L’approccio della semiotica dell’esperienza; 4: La sensazione e la percezione; 5: La collocazione ontologica dello spettatore; 6-7: Trasformazioni e architetture narrative; 8-9-10: Le relazioni dello spettatore con i personaggi, i punti di percezione, l’autore del discorso e gli altri spettatori.

***BIBLIOGRAFIA***

Appunti e slides del corso (disponibili su Blackboard)

A. Cati, R. Eugeni, M. Locatelli, *Semiotica dei media. L’analisi dell’audiovisivo,* Carocci, Roma, 2023.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso si sviluppa 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 piattaforma BlackBoard. Tali casi vanno precedentemente concordati con il docente.

Le lezioni frontali sono integrate da una parte seminariale (collocata nell’ultima parte del semestre) nella quale gli studenti a gruppi svolgono e presentano alcuni casi di analisi da loro stessi scelti utilizzando le categorie acquisite nel corso.

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 una prova scritte verso la metà del semestre (dopo l’illustrazione dei metodi analisi da parte del docente e prima dell’avvio delle analisi di gruppo). 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 nella prova scritta in sede di esame orale (ma non ripetere l’esame ex novo). Il lavoro di analisi di gruppo (vedi sopra) viene valutato complessivamente. Il voto finale dell’esame deriva dalla media dei voti delel due prove scritte e di quello del lavoro di gruppo.

Ciascuna delle tre prove (due prove scritte più analisi di gruppo) può essere sostituita da una prova orale: nel caso dell’analisi gli studenti svolgeranno individualmente una analisi e invieranno un paper di circa 30.000 caratteri al docente almeno due giorni prima dell’esame.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

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

*Orario e luogo di ricevimento*

Il Prof. Ruggero Eugeni riceve gli studenti in presenza dopo le lezioni nel suo Ufficio, oppure a distanza sulla piattaforma Webex all’indirizzo <https://unicatt.webex.com/meet/ruggero.eugeni> il martedì alle ore 18,30. È opportuno in entrambi i casi preannunciare il colloquio alla mail *ruggero.eugeni@unicatt.it*.

# Semiotica dei media (12 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.) 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 si articola in due parti. La prima parte (che occupa il primo semestre) è composta dalle seguenti unità didattiche: 1-2-3: Lo sviluppo storico e teorico della semiotica; L’approccio della semiotica dell’esperienza; 4: La sensazione e la percezione; 5: La collocazione ontologica dello spettatore; 6-7: Trasformazioni e architetture narrative; 8-9-10: Le relazioni dello spettatore con i personaggi, i punti di percezione, l’autore del discorso e gli altri spettatori. La seconda parte del corso (che si svolge nel secondo semestre) analizza alla luce delle categorie precedentemente introdotte i principali media (stampa, canzone, pubblicità, fumetto, videogioco, etc.).

***BIBLIOGRAFIA***

Appunti e slides del corso

A. Cati, R. Eugeni, M. Locatelli, *Semiotica dei media. L’analisi dell’audiovisivo,* Carocci, Roma, 2023.

R. Eugeni, *Semiotica dei media. Le forme dell’esperienza,* Carocci, Roma, 2010

***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 piattaforma BlackBoard. Tali casi vanno precedentemente concordati con il docente.

Le lezioni frontali sono integrate da una parte seminariale (collocata nell’ultima parte di ciascun semestre) nella quale gli studenti a gruppi svolgono e presentano alcuni casi di analisi da loro stessi scelti utilizzando le categorie acquisite nel corso.

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 due prove scritte a conclusione di ciascun semestre. 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 nella prova scritta in sede di esame orale (ma non ripetere l’esame ex novo). Il lavoro di analisi di gruppo (vedi sopra) viene valutato complessivamente. Il voto finale dell’esame deriva dalla media dei voti delel due prove scritte e di quello del lavoro di gruppo.

Ciascuna delle tre prove (due prove scritte più analisi di gruppo) può essere sostituita da una prova orale: nel caso dell’analisi gli studenti svolgeranno individualmente una analisi e invieranno un paper di circa 30.000 caratteri al docente almeno due giorni prima dell’esame.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

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

*Orario e luogo di ricevimento*

Il Prof. Ruggero Eugeni riceve gli studenti in presenza dopo le lezioni nel suo Ufficio, oppure a distanza sulla piattaforma Webex all’indirizzo <https://unicatt.webex.com/meet/ruggero.eugeni> il martedì alle ore 18,30. È opportuno in entrambi i casi preannunciare il colloquio alla mail *ruggero.eugeni@unicatt.it*.