**Pragmatica della comunicazione mediale**

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.) e saprà collocarli sia in termini storici che teorici all’interno del campo semiotico e delle sue evoluzioni. Egli conoscerà inoltre 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. Lo studente sarà inoltre 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. La parte applicativa del corso (project work) intende inoltre implementare l’*autonomia di giudizio* degli studenti a contatto con reali casi di studio aziendali che richiedono analisi e interventi di tipo semiotico; in quest’ambito verranno altresì implementate tanto le *capacità comunicative* degli studenti, e in modo particolare l’abilità nel gestire presentazioni con vari strumenti informatici di supporto; quanto le sue *capacità di apprendimento*, in particolare nell’uso di *reference manager*.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso si articola in due parti.

– Semiotica dei media: le forme dell’esperienza. 1: Lo sviluppo storico e teorico della semiotica; 2: L’esperienza e la semiotica dell’esperienza; 3: La sensazione e la collocazione ontologica dello spettatore; 4: trasformazioni e architetture narrative; 5: le relazioni con i personaggi e il punto di vista; 6: le relazioni con l’autore e gli autori del discorso; 7: le relazioni con gli altri spettatori.

– Project work: analisi casi specifici individuati di intesa con aziende e/o agenzie di comunicazione e di ricerca. Questa parte viene definita di anno in anno e presentata all’inizio del corso, in quanto nasce da partnership tra il corso di laurea CIMO e aziende, agenzie o istituzioni partner.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

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

R. Eugeni-A. D’Aloia (a cura di), *Teorie del cinema. Il dibattito contemporaneo,* Cortina, Milano, 2017. [*Acquista da VP*](https://libreria.vitaepensiero.it/scheda-libro/autori-vari/teorie-del-cinema-il-dibattito-contemporaneo-9788860309587-256422.html)

La bibliografia definitiva sia per i frequentanti che per i non frequentanti verrà comunicata dal docente nella pagina BlackBoard del corso, che gli studenti sono invitati a consultare.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Le lezioni vengono svolte in blocchi di tre ore divise in due parti. La prima parte è dedicata alla Semiotica dei media e prevede una modalità frontale tradizionale. La seconda parte è dedicata a sviluppare il project work annuale e viene condotta con metodo seminariale, mediante la discussione di alcuni saggi chiave utili per affontare le analisi pratiche e mediante un dibattito condiviso.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Gli studenti frequentanti e che abbiano preso parte al project work sostengono la prova finale in due parti. Nel corso della prima parte, essi espongono in gruppo i risultati delle proprie analisi con l’ausilio di una presentazione in Power Point o altro software idoneo. La valutazione di questa prova di gruppo viene effettuta dal docente insieme ai rappresentanti delle aziende committenti del project work. La valutazione viene espressa tenendo conto di tre criteri: (a) qualità dei contenuti e appropriatezza dell’applicazione del metodo semiotico al caso di studio; b) qualità grafica della presentazione; c) qualità del pitch (compreso il rispetto dei tempi assegnati); d) prtecupazione complessiva dello stdente alle attività seminariali preparatorie in classe (per esempio nella costruzione della bibliografia di riferimento). Il giudizio viene espresso in trentesimi e pesa con una media ponderata del 30 % sul giudizio finale. Nel corso della seconda parte, gli studenti frequentanti svolgono una prova scritta articolata in tre domande, concernente gli aspetti teorici e metodologici dell’insegnamento. Ogni domanda viene valutata in decimi, in modo da ottenere un punteggio finale in trentesimi, con possibilità di lode. Nella valutazione il docente tiene conto dei seguenti criteri: (a) chiarezza e completezza delle risposte; (b) pertinenza delle risposte rispetto alle questioni poste; (c) ricorso a esempi e casi di studio introdotti a lezione; (d) capacità di introdurre esempi personali pertinenti; (e) capacità di collegare in modo appropriato temi e argomenti affiorati in differenti sezioni del corso. La prova viene svolta in un unico appello subito dopo la fine delle lezioni e i risultati vengono registrati nei normali appelli. Gli studenti che intendessero migliorare il voto in tal modo conseguito possono integrare la prova scritta in forma orale nei normali appelli.

Gli studenti non frequentanti svolgono l’esame oralmente sui testi in bibliografia, Si raccomanda di prendere visione delle indicazioni più recenti pubblicate nelle pagina BlackBoard del corso.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

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.

Gli studenti sono invitati a iscriversi al gruppo Facebook Media | Experience | Semiotics *https://www.facebook.com/groups/mediaexperiencesemiotics/* che raccoglie avvisi e soprattutto spunti per la discussione in classe postati dal docente e dagli studenti.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Il Prof. Ruggero Eugeni riceve gli studenti il lunedì dalle ore 16,30 alle ore 18,00 presso il proprio Ufficio del Dipartimento di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo (S. Agnese 2, 4° piano). È bene preannunciare il colloquio alla mail *ruggero.eugeni@unicatt.it*. In caso di studenti lavoratori o in stages il colloquio può svolgersi via Skype contattando l’account ruggero.eugeni.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)