# Psicologia sociale della comunicazione

## Prof. Carlo Galimberti

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

Il corso si propone due obiettivi complementari mirando a fornire:

– competenze teoriche, metodologiche ed empiriche utili a sintetizzare secondo la prospettiva della Psicologia sociale della comunicazione i contenuti relativi allo studio dei processi comunicativi appresi nei due precedenti anni di corso;

– strumenti utili ad analizzare conversazioni prodotte in situazioni interattive pertinenti rispetto alle tematiche del Corso di Studi in Linguaggi dei media (interazioni reali faccia a faccia o mediate, web, pubblicità, teatro, cinema, serie televisive quali, ad es., *Game of Thrones*, *Altered Carbon*, *House of Cards*, *Babylon Berlin*, *Black Mirror, La linea verticale, Fleabag* ecc.).

Al termine dell’insegnamento chi prenderà parte al corso sarà in grado di:

– analizzare i processi comunicativi secondo la prospettiva dialogico-conversazionale (conoscenza e comprensione);

– riconoscere le modalità di costruzione delle soggettività nell’interazioni comunicative naturali e finzionali (conoscenza e comprensione);

– formulare ipotesi psicosociali per spiegare interazioni comunicative prodotte in contesti reali e finzionali (capacità di applicare conoscenza e comprensione);

* dimostrare di avere acquisito capacità di analisi e di argomentazione originali in ordine alle tematiche affrontate dal corso, con particolare riferimento a casi e materiali discussi in aula (autonomia di giudizio);
* saper esprimere concetti e utilizzare le categorie psicosociali con capacità argomentativa e proprietà di linguaggio (abilità nella comunicazione);
* avere compreso le caratteristiche principali, similitudini e differenze delle teorie, dei metodi e delle tecniche operative presentati (capacità di apprendere).

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso prevede 4 moduli costituiti complessivamente da 20 unità didattiche di 3 ore ciascuna per un tot. di 60 ore:

1. *Il punto di vista psico-sociale sulla comunicazione* (1 unità di presentazione del corso e di fruizione di materiale video; 2 unità per presentazione dell’approccio dialogico-conversazionale): 3 unità per un tot. di 9 ore. Concetti principali: interazione comunicativa, informazione, comunicazione, conversazione, dialogo. Obiettivo principale: come articolare in prospettiva psicosociale quanto appreso nei primi due anni di corso sulla comunicazione nelle interazioni reali e in quelle rappresentate nei media.

2. *Strumenti per l’analisi delle conversazioni* (5 unità per teoria, metodo ed esempi di analisi delle conversazioni, 2 unità per esercitazione): 7 unità per un tot. di 21 ore. Concetti principali: struttura (organizzazione dei turni di parola) e dinamiche (teoria degli Atti linguistici) delle conversazioni. Obiettivo principale: capire cosa accade nelle conversazioni naturali e ‘finzionali’ (ad es. perché e come ci si capisce o non ci si capisce) imparando a formulare delle ipotesi interpretative usando l’analisi delle conversazioni. Per illustrare i contenuti presentati nel modulo verranno utilizzate brevi sequenze prese da film e serie tv, oltre che esempi tratti da ricerche empiriche. Esercitazione 1.

3. *La costruzione e il ruolo dei soggetti nel discorso 1* (2 unità per aspetti teorici e metodologici; 1 unità per esempi di analisi, 2 unità per esercitazione): 5 unità per un tot. di 15 ore. Concetti principali: soggettività enunciativa, intersoggettività enunciativa, discorso, argomentazione. Obiettivo principale: familiarizzare con i concetti del modello dell’intersoggettività enunciativa. Per illustrare i contenuti presentati nel modulo verranno utilizzate analisi di sequenze tratte da film, spot pubblicitari e da serie tv, oltre che esempi tratti da ricerche empiriche. Esercitazione 2.

4. *La costruzione e il ruolo dei soggetti nel discorso 2* (2 unità per aspetti teorici e metodologici; 3 unità per esemplificare il metodo di analisi proposto): 5 unità per un tot. di 15 ore. Concetti principali: analisi del discorso, analisi del contenuto, analisi dell’argomentazione. Obiettivo principale: formare all’analisi delle dimensioni discorsiva e argomentativa di conversazioni reali e finzionali, integrandole con quella conversazionale proposta nel modulo 2. Per illustrare i contenuti presentati nel modulo verranno utilizzati esempi di analisi tratti da serie televisive.

Nel corso del primo semestre viene offerta l’opportunità di partecipare a un seminario in presenza in lingua Italiana dedicato al tema “Argomentazione dialogica nei prodotti mediali” (15 ore; 25 studenti) o al suo analogo in lingua Inglese “Dialogical argumentation in media studies” (15 ore; 25 studenti; in lingua Inglese). Durante il secondo semestre è prevista un’ulteriore edizione del seminario in lingua Italiana della durata di 19 ore di cui 15 ore videoregistrate e 4 ore in presenza, senza limite di partecipanti. Tutte le edizioni del seminario saranno condotte dal Prof. Antonio Bova.

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

Testi da studiare analiticamente (utilizzati per il computo dei crediti)

G. Albeggiani-C. Galimberti et Al., *Digital enterprise,* Hoepli, Milano, 2015 (pp. 17-28).

C. Galimberti, *Analisi delle conversazioni e studio dell’interazione psicosociale,* in C. Galimberti (a cura di), La conversazione, Guerini & Associati, Milano, 1992 (pp. 43-86).

C. Galimberti, *Segui il coniglio bianco,* in E. Marta-C. Regalia, Identità in relazione. Le sfide odierne dell’essere adulto, McGraw Hill, Milano, 2011 (pp. 73-127).

C. Galimberti, C. Spanò (2017). Intersubjectivity in media consumption as a result of the relation between texts and contexts: the case of Game of Throne. *ESSAIS*, (3), 191-208.

C. Mazzoleni-C. Galimberti, *Analisi delle Conversazioni. Linee guida ed esempi,* EDUCatt, Milano, 2013. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/carla-mazzoleni-carlo-galimberti/analisi-delle-conversazioni-9788867800452-674427.html)

C. Galimberti, A.Bova, C. Spanò, & I. Vergine. (2021). Polydimensional structure and psychosocial functions of the direct address in TV series. *Frontiers in Psychology*.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Verranno utilizzate tre modalità:

* lavoro in aula (lezioni, presentazioni multimediali ed esercitazioni);
* lavoro a distanza (Blackboard e altri *cyberplace* indicati a lezione);
* attività didattica integrativa non curricolare (seminari).

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

La *prova* d’esame è di natura *orale* e prevede due fasi (A e B), la prima delle quali può assumere una doppia forma (A1 o A2):

A) verifica del possesso dei contenuti dei testi proposti in bibliografia e degli argomenti trattati a lezione (vedi risultati di apprendimento relativi a conoscenza e comprensione) attraverso:

– (A1) colloquio orale sui contenuti di base dei quattro moduli

o, a scelta,

– (A2) analisi di una situazione comunicativa tratta da interazioni reali faccia a faccia, mediate o finzionali. Vengono messe a disposizione due ore per condurre l’analisi e documentarne i risultati attraverso la produzione di un testo scritto. Questa modalità potrà essere scelta solo da chi avrà partecipato alle 2 esercitazioni previste.

B) La seconda fase è costituita da un colloquio orale finalizzato ad approfondire la preparazione sugli aspetti applicativi dei contenuti presentati nel corso (vedi risultati di apprendimento relativi a capacità di applicare conoscenza e comprensione); se si opta per (A1) si completa l’indagine in riferimento ai quattro moduli; se si opta per (A2) si procede a discutere l’analisi prodotta, trattandone gli spunti di interesse e gli aspetti problematici in sé ed in riferimento ai quattro moduli.

L’intero esame avviene nel corso di un’*unica giornata.*

Il voto finale terrà conto dell’esattezza delle risposte (70%) (vedi risultati di apprendimento relativi rispettivamente a conoscenza e comprensione, capacità di apprendere e capacità di applicare conoscenza e comprensione) e delle abilità comunicativa ed argomentativa evidenziate durante il colloquio (30%) (vedi risultati di apprendimento relativi rispettivamente ad autonomia di giudizio e ad abilità nella comunicazione).

Il voto finale, espresso in trentesimi, valuterà conoscenze e capacità di sopra indicate secondo i seguenti range:

- conoscenze e capacità incomplete o insufficienti: inferiore a 18;

- conoscenze e capacità adeguate ma poco approfondite: 18-22;

- conoscenze e capacità buone e adeguatamente argomentate: 23-26;

- conoscenze e capacità ottime e ben argomentate: 27-30.

La partecipazione ad una delle attività integrative proposte (Seminari tenuti dal prof. Antonio Bova) dà luogo all’attribuzione di 1 punto da sommare al punteggio acquisito con la prova orale.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Avvertenza. Qualora l’emergenza sanitaria dovesse protrarsi, sia l’attività didattica, sia le forme di controllo dell’apprendimento, in itinere e finale, saranno assicurati “in remoto”, attraverso la piattaforma BlackBoard di Ateneo, la piattaforma Microsoft Teams e le altre previste e comunicate in avvio di corso, in modo da garantire il pieno raggiungimento degli obiettivi formativi previsti nei piani di studio e, contestualmente, la piena sicurezza degli studenti. In caso di valutazione “in remoto”, la prova d’esame sarà unicamente di natura orale, articolandosi quindi secondo le modalità (A1) + (B) (si veda *Metodo e Criteri di Valutazione*). In questo caso la eventuale partecipazione alle 2 esercitazioni darà luogo all’attribuzione di punti 1 (da sommare al punteggio acquisito con la prova orale e con la partecipazione ad attività integrative).

Prerequisiti. Lo studente dovrà possedere conoscenze di base relative ai prodotti mediali e alla sociologia della comunicazione.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Il Prof. Carlo Galimberti riceve gli studenti il martedì dalle ore ore 11:00 alle ore 13:00 presso il Dipartimento di Psicologia (valido durante le lezioni, per appuntamenti al di fuori del periodo di lezioni si prega di scrivere una e-mail al docente). Qualora l’emergenza sanitaria dovesse protrarsi, il ricevimento avverrà per via telematica attraverso audio/video conferenza su piattaforma Teams o Skype.

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