



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO	Culture e società		
ANNO ACCADEMICO OFFERTA	2023/2024		
ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE	2023/2024		
CORSO DILAUREA	STUDI GLOBALI. STORIA, POLITICHE, CULTURE		
INSEGNAMENTO	METODOLOGIA DELLA RICERCA SOCIO-SEMIOTICA		
TIPO DI ATTIVITA'	C		
AMBITO	10723-Attività formative affini o integrative		
CODICE INSEGNAMENTO	22776		
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	M-FIL/05		
DOCENTE RESPONSABILE	VENTURA BORDENCA ILARIA	Ricercatore a tempo determinato	Univ. di PALERMO
ALTRI DOCENTI			
CFU	6		
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	120		
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLA DIDATTICA ASSISTITA	30		
PROPEDEUTICITA'			
MUTUAZIONI			
ANNO DI CORSO	1		
PERIODO DELLE LEZIONI	1° semestre		
MODALITA' DI FREQUENZA	Facoltativa		
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi		
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	VENTURA BORDENCA ILARIA Venerdì 9:00 10:30 studio docente (stanza 306, terzo piano, edificio 15, viale delle scienze)		

DOCENTE: Prof.ssa ILARIA VENTURA BORDENCA

PREREQUISITI	I prerequisiti corrispondono alle conoscenze richieste per l'accesso al Corso di Laurea, ovvero buona capacità di comunicazione scritta e orale nella lingua italiana e una buona preparazione di cultura generale.
RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI	<p>Conoscenza e capacità di comprensione: conoscere e saper esporre criticamente le principali problematiche legate al dibattito in corso nelle scienze umane a proposito delle metodologie di ricerca. In particolare saranno trattati i seguenti modelli: fondamenti della semiotica strutturale (dal segno ai linguaggi, dal codice al testo) e della sociosemiotica (discorsività, traduzione fra linguaggi e fra media) con riferimento ai processi di comunicazione.</p> <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione: capacità di strutturare una riflessione organica sui processi semiotici implicati in vari artefatti comunicativi (dalla comunicazione pubblicitaria, al giornalismo, dalla politica alla moda, dalla visualità alla spazialità) con una visione di tipo strategico.</p> <p>Autonomia di giudizio: riconoscere e analizzare le principali problematiche legate ai fenomeni comunicativi della contemporaneità.</p> <p>Abilità comunicative: capacità di illustrare con proprietà di linguaggio e precisione scientifica, anche mediante forme di presentazione autonoma e/o di gruppo, le problematiche relative agli aspetti semiotici della comunicazione in diversi ambiti anche ad un pubblico di non esperti.</p> <p>Capacità di apprendimento: capacità di aggiornamento con la consultazione delle pubblicazioni scientifiche proprie del settore. Capacità di seguire, utilizzando le conoscenze acquisite nel corso, sia master di secondo livello, sia corsi d'approfondimento sia seminari specialistici nel settore della comunicazione.</p>
VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO	<p>Prova orale.</p> <p>La prova orale consiste in un colloquio volto ad accertare il possesso delle competenze e delle conoscenze disciplinari previste dal corso ed è articolata in un minimo di tre domande. Queste saranno appositamente pensate per testare i risultati di apprendimento previsti e tenderanno a verificare: a) le conoscenze acquisite, b) le capacità elaborative e di applicazione delle conoscenze a specifici casi, c) il possesso di un'adeguata capacità espositiva. Il punteggio massimo si ottiene se lo studente dimostra eccellenza in tutti e tre questi ambiti. La votazione finale verrà assegnata secondo i seguenti criteri: 30 e 30 e lode: ottima conoscenza degli argomenti; ottima proprietà di linguaggio; buona capacità analitica; lo studente è in grado di applicare le conoscenze a casi specifici proposti. 26-29: buona padronanza degli argomenti; piena proprietà di linguaggio; lo studente è in grado di applicare le conoscenze a casi specifici proposti. 24-25: conoscenza di base dei principali argomenti; discreta proprietà di linguaggio; limitata capacità di applicare autonomamente le conoscenze a casi specifici proposti. 21-23: non ha piena padronanza degli argomenti principali dell'insegnamento ma ne possiede le conoscenze; soddisfacente proprietà di linguaggio; scarsa capacità di applicare autonomamente le conoscenze acquisite. 18-20: minima conoscenza degli argomenti principali dell'insegnamento e del linguaggio tecnico; scarsissima o nulla capacità di applicare autonomamente le conoscenze acquisite. Insufficiente: non possiede una conoscenza accettabile dei contenuti degli argomenti trattati nell'insegnamento.</p>
OBIETTIVI FORMATIVI	<p>Il corso intende fornire agli studenti adeguati strumenti di analisi critica dei processi comunicativi in vari campi della contemporaneità con particolare riferimento alla comprensione e applicazione delle nozioni di testo e di discorso. Il corso, infatti, illustrerà tali modelli e le categorie d'analisi semiotica basilari per lo studio dei fenomeni della comunicazione nei vari campi della politica, del giornalismo, della pubblicità, dei media, della moda.</p>
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	<p>Lezioni frontali. Per approfondire le tematiche del corso, e consentire agli studenti l'acquisizione della capacità di applicare conoscenza e comprensione con presentazioni autonome, si prevedono attività di gruppo volte all'analisi di concreti casi studio, a partire da congiunture specifiche legate al mondo dei media e della comunicazione.</p>
TESTI CONSIGLIATI	<p>Gli studenti, frequentanti e non frequentanti, dovranno preparare l'esame sui seguenti testi:</p> <ul style="list-style-type: none">- G. Marrone, 2001, Corpi sociali, Torino, Einaudi- Dispensa fornita dalla docente:I. Ventura Bordenca, 2022, "Sociosemiotica: teorie, esplorazioni, prospettive", in G. Marrone, T. Migliore, Cura del senso e critica sociale, Mimesis, Milano. <p>Gli studenti Erasmus potranno contattare il docente per ulteriori indicazioni. Erasmus students will contact the teacher for further informations.</p>

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
6	cos'è la sociosemiotica - specificità della prospettiva sociosemiotica sul sociale - differenze con linguistica e sociologia
6	modelli semiotici: testo, discorso, corporeità, efficacia
6	media e giornalismo: narratività, passioni
6	comunicazione pubblicitaria: valori e valorizzazioni, identità
6	comunicazione politica, linguaggi spaziali: sensibilità ed estesia