



Università
per Stranieri
di Perugia

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea Magistrale: **Comunicazione Pubblicitaria, Storytelling e Cultura d'immagine**

Laboratorio: **Strategie argomentative e stilistiche del discorso persuasivo**

Semestre: **II**

Docente: **Maria Rosa Capozzi**

CFU: **3**

Carico di lavoro globale: **75 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **20 ore di lezione e 55 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **Italiano**

Anno Accademico 2016-2017

PREREQUISITI

Per seguire il laboratorio con profitto è necessario aver superato l'esame di "Analisi e produzione del messaggio pubblicitario" (COMPSI I anno)

OBIETTIVI FORMATIVI

Conoscenze e comprensione

- Riconoscere le strategie linguistico-argomentative dei testi, a carattere persuasivo, diffusi dai media
- Essere in grado di interpretare il valore di tali strategie e di utilizzare ed applicare consapevolmente tali strategie

Capacità di applicare conoscenze e comprensione

- Saper organizzare ed elaborare testi strategicamente efficaci, volti alla persuasione del destinatario nei vari ambiti del discorso persuasivo

CONTENUTO DEL CORSO

Nella prima parte del laboratorio saranno analizzate le strategie argomentative e stilistiche del discorso persuasivo, con particolare riferimento all'approccio di stampo aristotelico, riproposto e rivisitato dalla nuova retorica perelmaniana.

In tale prospettiva, gli studenti saranno in grado di valutare le strategie linguistiche e retoriche finalizzate alla persuasione che vengono utilizzate in una ampia gamma di testi.

Si prenderanno infatti in esame testi giornalistici di argomento politico, campagne di pubblicità sociale, campagne pubblicitarie commerciali.

La seconda parte del laboratorio sarà dedicata alla presentazione e alla discussione dei lavori di analisi svolti in gruppo dagli studenti, che costituiranno l'elemento principale di valutazione dei risultati di apprendimento.

METODI DIDATTICI

Per studenti frequentanti

Dopo una breve introduzione di carattere teorico, gli studenti lavoreranno in gruppi a progetti di comunicazione persuasiva che verranno caricati su webclass.

Si ricorda agli studenti che ai fini dell'attribuzione della valutazione si terrà conto anche della frequenza (eccetto che per gli studenti lavoratori).

Saranno considerati frequentanti gli studenti che seguiranno almeno i due terzi delle lezioni, iscrivendosi durante la prima settimana di lezioni.

Per studenti non frequentanti

Poiché per gli studenti non frequentanti l'acquisizione dei contenuti formativi del corso avviene in larga misura secondo modalità di auto apprendimento (lettura di testi di riferimento), saranno messi a disposizione sulla **piattaforma Webclass** alcuni **ausili didattici**, quali le tracce delle esercitazioni svolte in aula.

È previsto inoltre **un incontro a carattere seminariale**, per consentire un'interazione diretta docente-studente.

MODALITÀ DI VALUTAZIONE

Per studenti frequentanti

La prova di verifica finale consisterà in una "gara retorica", che avrà luogo in aula. Gli studenti, divisi in due gruppi, dovranno "sfidarsi", su un argomento, scelto precedentemente, sostenendo posizioni opposte. Sarà così valutata la loro capacità di utilizzare, con consapevolezza ed efficacia, le "armi" della retorica.

Per studenti non frequentanti

Gli studenti non frequentanti devono contattare la docente per scegliere un argomento da analizzare secondo una prospettiva retorico-argomentativa. La verifica dei risultati di apprendimento consisterà nella discussione del lavoro di analisi, che si terrà in forma di colloquio nei due appelli previsti.

Le analisi devono essere inviate alla docente per posta elettronica sotto forma di elaborato scritto in formato word (mariarosa.capozzi@unistrapg.it) almeno una settimana prima della data prevista per il colloquio.

TESTI DI RIFERIMENTO

Frequentanti e non frequentanti:

- Capozzi, M. R. (20014), *I linguaggi della persuasione: propaganda e pubblicità*, Gentes, anno I numero 1 - dicembre 2014, Perugia, Dipartimento di Scienze Umane e Sociali Università per Stranieri di Perugia;
- Lombardi Vallauri E. (2012), *Parlare l'italiano. Come usare bene la nostra lingua*, Bologna, Il Mulino;
- Mortara Garavelli B. (2010), *Il parlar figurato*, Bari, Laterza;

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- Antonelli, G., *L'italiano nella società della comunicazione*. Bologna, il Mulino, 2007.
- Loporcaro, M., *Cattive notizie*. Milano, Feltrinelli, 2005.
- Serrianni, L., *Leggere, scrivere, argomentare*. Bari, Laterza, 2013.
- Trupia, F., *Discorsi potenti. Tecniche di persuasione per lasciare il segno*, Milano, Franco Angeli, 2010.
- Venier, F., *Il potere del discorso*. Roma, Carocci, 2008.

Siti di interesse

<http://www.mestierediscrivere.com>

<http://nuovoeutile.it>

<http://perlaretorica.it>

ALTRE INFORMAZIONI

Per il ricevimento, durante il primo semestre, si prega di fissare un appuntamento tramite mail

E mail docente: mariarosa.capozzi@unistrapg.it