



Università
per Stranieri
di Perugia

PROGRAMMA D'INSEGNAMENTO

Laurea: **Comunicazione Internazionale e Pubblicitaria (COMIP)**

Insegnamento: **Psicologia della comunicazione**

Curriculum: **Internazionale e Pubblicitario**

Anno di corso: **II**

Semestre: **I**

Docente: **Aldo Stella**

SSD: **M-PSI/01**

CFU: **9**

Carico di lavoro globale: **225 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **60 ore di lezione e 165 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **Italiano**

Anno Accademico 2022-2023

PREREQUISITI

Buona conoscenza della lingua italiana. Per gli studenti stranieri che non possiedono una solida padronanza della lingua italiana si consiglia di frequentare prima i lettori offerti dall'Ateneo. Nessun altro prerequisito è richiesto, perché il corso si propone di fornire agli studenti le basi concettuali e lessicali per comprendere quanto verrà detto a lezione e quanto si trova scritto nei testi di esame.

OBIETTIVI FORMATIVI

Conoscenze e comprensione

- Acquisire conoscenze e concetti di base per comprendere il processo comunicativo, inquadrato in alcuni modelli che vengono oggi usati per descrivere la mente, a cominciare dal modello cognitivo classico o simbolico che costituisce il fondamento sul quale gli altri poggiano, inclusi i modelli delle neuroscienze. Verrà chiarito il concetto di processo cognitivo a muovere dai concetti di informazione, funzione, regola e computazione, onde mettere in luce il senso dell'analogia mente/computer nonché il modello computazionale della mente;
- - acquisire conoscenze e concetti di base per comprendere valore e uso del linguaggio, facendo particolare riferimento alla sua "funzione relazionante";
- - acquisire conoscenze e concetti di base per comprendere la comunicazione persuasiva, precisandone gli elementi psicologici e riflettendo sulla differenza che sussiste tra l'argomentazione persuasiva e la comunicazione suggestiva, stante l'importanza che esse rivestono in ambiti comunicativi specifici, come quello pubblicitario, o in contesti comunicativi più aperti e complessi;
- - acquisire conoscenze e concetti di base per comprendere la comunicazione dialogica nonché il "comune" cui il dialogo intende pervenire, specificatamente in un contesto multiculturale e multi-etnico.

Capacità di applicare conoscenze e comprensione

- saper applicare conoscenza e comprensione all'analisi della comunicazione internazionale e della comunicazione pubblicitaria

Si valuterà la capacità degli studenti di fare uso di molteplici registri di linguaggio nonché della capacità di far emergere nei contesti più vari il "comune" che è fondamento e fine del processo comunicativo. Si valuterà, infine, la capacità degli studenti di saper cogliere le molteplici modalità attraverso le quali il processo comunicativo progetta di intervenire non soltanto sui processi coscienti, ma soprattutto sui processi taciti o impliciti della mente nonché sulle dinamiche affettive, esse stesse in gran parte inconse. Verranno simulati

possibili scenari all'interno dei quali lo studente dovrà mostrare di avere fatto proprie le nozioni perché in grado di tradurle in progetti e interventi.

CONTENUTO DEL CORSO

Il programma si divide in 3 parti:

- 1) Si inizierà dall'analisi del modello cognitivo classico o simbolico e dalla precisazione della novità che esso rappresenta rispetto al modello comportamentista. Si indicherà la *concezione dualista* che sostiene un simile modello e si specificheranno le ragioni per le quali si parla di mente informazionale, rappresentazionale e computazionale. Successivamente si indicheranno altri modelli di mente, come il modello delle neuroscienze che si basa non più su una concezione dualista, ma propone una *concezione monista*: il cosiddetto "monismo materialistico". Ciò offrirà lo spunto per parlare del concetto di "naturalizzazione della mente".
- 2) Si tratterà approfonditamente del processo comunicativo inquadrato nei modelli teorici della mente precedentemente descritti. A tal fine verranno fornite conoscenze e concetti di base per comprendere valore e uso del linguaggio, facendo particolare riferimento alla sua "funzione relazionante". Verranno inoltre fornite conoscenze e concetti di base per comprendere la comunicazione persuasiva, precisandone gli elementi psicologici e riflettendo sulla differenza che sussiste tra l'argomentazione persuasiva e la comunicazione suggestiva, stante l'importanza che esse rivestono in ambiti comunicativi specifici, come quello internazionale e quello pubblicitario. Infine, verranno trattati i modelli teorici della comunicazione, precisando le caratteristiche fondamentali della comunicazione verbale e della comunicazione non verbale.
- 3) Si cercherà di tradurre operativamente i concetti teorici generali indicati nell'ambito specifico della comunicazione internazionale e nell'ambito della comunicazione pubblicitaria. A tal fine si solleciterà la capacità degli studenti di fare uso di molteplici registri di linguaggio nonché la capacità di far emergere nei contesti più vari il "comune" che è fondamento e fine del processo comunicativo. Si cercherà di mostrare, infine, le molteplici modalità attraverso le quali il processo comunicativo progetta di intervenire non soltanto sui processi coscienti, ma soprattutto sui processi taciti o impliciti della mente nonché sulle dinamiche affettive, esse stesse in gran parte inconscie. Verranno simulati possibili scenari all'interno dei quali lo studente dovrà mostrare di avere fatto proprie le nozioni perché in grado di tradurle in progetti e interventi.

METODI DIDATTICI

Per studenti frequentanti

Sono previste 60 ore di lezione frontale "in presenza o in modalità a distanza" (a seconda dello stato della pandemia), all'interno delle quali verranno organizzate simulazioni di intervento, seminari di approfondimento su temi indicati dagli studenti e congruenti con quanto verrà detto a lezione o utili per esemplificare la teoria e la sua traduzione in prassi. Inoltre, è prevista l'esposizione da parte degli studenti dei loro approfondimenti tematici, che verranno svolti su argomenti trattati a lezione e che prenderanno forma di "tesine di approfondimento tematico".

Nel caso in cui le condizioni generali relative all'emergenza epidemiologica lo richiedano, saranno adottate modalità di didattica mista (che integrino l'insegnamento in presenza e quello a distanza) o modalità didattiche completamente a distanza, anche grazie alle piattaforme digitali a disposizione.

Per studenti non frequentanti

Nella piattaforma LOL verranno inseriti in formato digitale (pdf) articoli integrativi, utili agli studenti non frequentanti per comprendere meglio i testi di esame. Anche alcuni capitoli di *Cognizione e coscienza* verranno inseriti nella suddetta piattaforma in formato digitale (pdf). Sono previsti, inoltre, due seminari di 4 ore ciascuno, che si terranno all'inizio e alla fine del corso in data che verrà precisata nella piattaforma LOL. Nel primo si indicheranno i punti fondamentali intorno ai quali ruota l'intero programma di studio; nel secondo si rifletterà sulle difficoltà incontrate, per cercare di mettere gli studenti non frequentanti nella condizione di poter chiarire i punti ancora oscuri. Verranno organizzati, inoltre, incontri con gli studenti non frequentanti che ne faranno richiesta, per chiarire punti oscuri del programma e modalità di esame. Si ricorda, infine, che gli studenti non frequentanti dovranno iscriversi obbligatoriamente sulla piattaforma LOL (<https://lol.unistrapg.it/moodle/>) e Esse3web (<https://unistrapg.esse3.cineca.it>).

METODI DI ACCERTAMENTO

Per studenti frequentanti

L'esame è orale. Servirà allo studente per mettere in mostra, da un lato, quanto appreso delle conoscenze teoriche e, dall'altro, la sua capacità di tradurre le conoscenze apprese in applicazioni significative nel campo della comunicazione internazionale e pubblicitaria. Il docente dovrà essere in grado, dopo le verifiche effettuate *in itinere*, come l'esposizione delle "tesine di approfondimento tematico", di formulare una valutazione complessiva delle capacità dello studente, di quanto da questi effettivamente appreso, dello sforzo compiuto e dell'impegno profuso nonché, infine, dell'autonomia di giudizio e delle abilità comunicative maturate. I parametri di valutazione indicati verranno tenuti presenti anche durante il corso, in modo tale che di ogni studente si possa delineare un profilo prima dell'esame orale conclusivo, così che quest'ultimo dovrà confermare o smentire il profilo suddetto.

Per studenti non frequentanti

L'esame è orale. Servirà allo studente per mettere in mostra, da un lato, quanto appreso delle conoscenze teoriche e, dall'altro, la sua capacità di tradurre le conoscenze apprese in applicazioni significative nel campo della psicologia del pensiero.

Per gli studenti con DSA

Per gli studenti con DSA, la cui certificazione sia depositata presso la Segreteria Studenti, sono previste misure compensative e/o dispensative. Le richieste saranno valutate caso per caso allo scopo di adattare il programma e le modalità d'esame alle singole esigenze. A tal fine è necessario contattare il docente con congruo anticipo, anche mediante la Commissione disabilità e DSA.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per frequentanti:

- Verrastro, V. (2007) *Psicologia della comunicazione. Un manuale introduttivo*, Franco Angeli, Milano. Di questo testo vanno studiate le parti che verranno svolte a lezione
- Cavazza, N. (2017) *Comunicazione e persuasione*, il Mulino, Bologna. Anche di questo testo vanno studiate le parti che verranno svolte a lezione
- Stella, A. (2004) *Cognizione e coscienza. Precisazioni su alcuni concetti di scienza cognitiva*, Guerini Scientifica, Milano (in particolare, vanno studiati con attenzione i Capitoli trattati a lezione, inseriti in formato digitale anche sulla piattaforma LOL).
- Zani, B., Selleri, P. e David, D., *La comunicazione. Modelli teorici e contesti sociali*, Carocci, Roma 2009. Di questo testo vanno studiate le parti che verranno svolte a lezione.

Per non frequentanti:

- Verrastro, V. (2007) *Psicologia della comunicazione. Un manuale introduttivo*, Franco Angeli, Milano. Di questo testo vanno studiate le parti che verranno svolte a lezione.
- Stella, A. (2004) *Cognizione e coscienza. Precisazioni su alcuni concetti di scienza cognitiva*, Guerini Scientifica, Milano (in particolare, vanno studiati con attenzione i Capitoli trattati a lezione, inseriti in formato digitale anche sulla piattaforma LOL).
- Cavazza, N. (2017) *Comunicazione e persuasione*, il Mulino, Bologna. Anche di questo testo vanno studiate le parti che verranno svolte a lezione.

- Zani, B., Selleri, P. e David, D., *La comunicazione. Modelli teorici e contesti sociali*, Carocci, Roma 2009. Anche di questo testo vanno studiate le parti che verranno svolte a lezione

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- Marconi, D. (2001) *Filosofia e scienza cognitiva*, Laterza, Roma-Bari.
- Billig, M. (1999) *Discutere e pensare. Un approccio retorico alla psicologia sociale*, Raffaello Cortina, Milano.
- Bressan, R. e Perotti, L. (2019) *Psicologia della comunicazione. Verso una competenza comunicativa nelle relazioni interpersonali*, libreriauniversitaria.it edizioni.

ALTRE INFORMAZIONI

È raccomandata una regolare frequenza. Il ricevimento degli studenti si effettuerà il giovedì dalle ore 10:00 alle ore 11:00: a distanza, se persisterà la pandemia, oppure in presenza, in assenza della pandemia, presso lo studio del docente situato al secondo piano della Palazzina Valitutti, sita in via C. Manuali 9. Per contattare il docente è possibile telefonare ai seguenti numeri telefonici: 075-690158 (abitazione); 335-7027281 (cell.) oppure scrivere al seguente indirizzo di posta elettronica: aldo.stella@unistrapg.it oppure aldostella@unipg.it.