Università Mercatorum

Università telematica delle Camere di Commercio Italiane

PROGRAMMA DEL CORSO DI NARRATOLOGIA E STORYTELLING

SETTORE SCIENTIFICO

L-FIL-LET/14

CFU

9

OBIETTIVI

Il corso intende esplorare le teorie fondanti della narratologia moderna, le loro implicazioni socio-culturali e le conseguenti applicazioni pratiche necessarie al processo di analisi di un testo creativo inizialmente considerato solo nella sua dimensione letteraria e poi esteso fino ai confini della comunicazione audiovisiva e del web.

Dalla pagina allo schermo, dalla parola scritta allo schermo digitale fino alla sequenza cinematografica e seriale, verranno identificati gli strumenti metodologici, le strutture minime, i codici narrativi ed estetici utili a decostruire e interpretare testi, oggetti e messaggi, giungendo presto alla definizione dei confini e delle prospettive di uno storytelling contemporaneo che vede l’audiovisivo nella sua funzione artistica, culturale, sociale, ludica e produttivo-commerciale.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza e capacità di comprensione
L'insegnamento fornirà agli studenti un solido bagaglio di competenze teorico-pratiche relative sia alle principali direttrici della narratologia e dello storytelling, che alle dinamiche artistiche e di mercato dell'industria dello spettacolo, tra prospettive autoriali, tendenze produttive classiche e crossmedialità.
Capacità di applicare conoscenza e comprensione
Nel corso saranno esposti numerosi casi applicativi che permetteranno allo studente di rintracciare, nella pratica, lo studio teorico effettuato, facendo propri strumenti di indagine necessari a chi si confronta con l'interpretazione di un oggetto creativo. In particolare, ci si avvarrà di chiari esempi di analisi del testo letterario, filmico, seriale e digitale, sia in prospettiva storica che in un'ottica più contemporanea.
Autonomia di giudizio
I numerosi esempi presentati durante il corso permetteranno agli studenti di acquisire consapevolezza, autonomia analitica e padronanza di teorie e linguaggi tecnici, in modo da potersi dedicare professionalmente allo studio delle narrazioni, dello storytelling e dell'engagement spettatoriale in funzione artistico-produttiva e di mercato.
Abilità comunicative
Lo studente sarà messo in grado di acquisire un linguaggio scientifico appropriato con una terminologia specialistica. Imparerà anche a presentare con efficacia i suoi elaborati e le sue esposizioni orali.
Capacità di apprendimento
La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti, articoli di riviste e link a siti e social network, permetteranno di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti, invece, possono essere sostenuti sia nella sede centrale che nelle sedi periferiche.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.
Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni. Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente.
Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

MODALITÀ DI ISCRIZIONE E DI GESTIONE DEI RAPPORTI CON GLI STUDENTI

L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente.Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (DE)

54 Videolezioni + 54 test di autovalutazioneImpegno totale stimato: 54 ore

ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI)

Redazione di un elaborato

Partecipazione a una web conference

Svolgimento delle prove in itinere con feedback

Svolgimento della simulazione del test finale

Totale 9 ore

ATTIVITÀ DI AUTOAPPRENDIMENTO

162 ore per lo studio individuale

LIBRO DI RIFERIMENTO

C. Segre, Avviamento all'analisi del testo letterario, Einaudi, Torino 1999

Ambrosini, Cardone, Cuccu, Introduzione al linguaggio del film, Carocci Editore, Roma 2010

G. Pescatore, Ecosistemi narrativi. Dal fumetto alle serie TV, Carocci Editore, Roma 2018

Dispense del docente

PROGRAMMA DIDATTICO

1. Presentazione e struttura del corso
2. Principi generali della comunicazione letteraria
3. Variazioni di persona, voce e punto di vista
4. Le forme del testo e del testo letterario
5. Questione di struttura
6. L'espressione del testo tra avantesto e intertestualità
7. L'importanza del contenuto
8. Fabula, intreccio e le funzioni della narrazione
9. Lo schema di Propp e "La morfologia della fiaba"
10. La nascita della narratologia

11. Strutture e sentieri del testo: Todorov, Eco e Chatman
12. Testo, discorso, finzione e realtà: verso il visuale
13. Cristopher Vogler e “il viaggio dell’eroe”
14. Cristopher Booker “The seven basic plots”
15. Centralità degli archetipi per la costruzione di storie
16. Gli archetipi alla base dei racconti identitari
17. Il film tra storia e testo
18. Evoluzione storica ed elementi di analisi del testo filmico
19. Il profilmico
20. Il filmico
21. L’inquadratura come scrittura del visibile
22. Il montaggio - découpage classico
23. Dal montaggio-re al montaggio moderno
24. Il tempo del racconto
25. Enunciatore e spettatore tra identificazione e polarizzazione dello sguardo
26. Il personaggio come soggetto e le modalità della sua narrazione
27. La narrazione classica
28. La narrazione moderna
29. Un nuovo strumento di narrativa popolare: la televisione
30. I linguaggi della televisione
31. Format e narrazioni televisive
32. La televisione tra contenitore e infotainment
33. La narrazione del Reality
34. Per una storia della fiction e della serialità
35. La serialità televisiva come nuova frontiera narrativa
36. Twin Peaks e l’anno zero della serialità contemporanea
37. Lo stile HBO
38. La serialità pay: il modello Sky
39. La tv del web: il mercato dei nuovi narratori digitali
40. Gli effetti di Netflix sul mercato televisivo e sulla filiera cinematografica

41. L’interazione con il fandom e “l’effetto nostalgia” in Netflix
42. La narrazione visuale brandizzata Amazon
43. Il linguaggio del suono
44. Modelli di narrazione radiofonica
45. La scrittura in radio
46. La parola in radio
47. Il narratore radiofonico
48. La narrazione musicale in radio
49. Lo storytelling pubblicitario
50. Storytelling transmediale
51. Lo storytelling digitale: i social network
52. Lo storytelling digitale: il blogging
53. Lo storytelling digitale: l’era di WhatsApp
54. Conclusioni

Il docente si riserva il diritto di modificare i titoli delle lezioni