



Università  
per Stranieri  
di Perugia

**Anno Accademico 2011-2012**

## **PROGRAMMA D'ESAME**

Laurea Magistrale: **Comunicazione pubblicitaria**

Insegnamento: **Psicolinguistica**

Anno di corso: **I**

Semestre: **I**

Docente: **Lidia Costamagna**

SSD: **L-LIN/01**

CFU: **6**

Carico di lavoro globale: **150 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **40 ore di lezioni  
frontali e 110 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **Italiano**

## **PREREQUISITI**

---

Conoscenze di base di linguistica

## **OBIETTIVI FORMATIVI**

---

Il corso introduce allo studio della psicolinguistica i cui temi principali sono il linguaggio umano, lo studio della percezione visiva e uditiva, dell'elaborazione e dell'acquisizione linguistica.

Gli obiettivi formativi sono:

- conoscere i concetti di base relativi alla psicolinguistica e alla neurolinguistica (studio del cervello e della neurofisiologia della percezione uditiva e visiva);
- conoscere quali sono i meccanismi neurofisiologici che intervengono nell'elaborazione del linguaggio da parte dell'adulto;
- capire e approfondire come funzionino la percezione uditiva e visiva, la relazione tra percezione e attenzione;
- conoscere i sistemi di memorizzazione e il fenomeno dell'oblio;
- capire e approfondire il ruolo della ricerca in psicolinguistica applicata al marketing.

## **CONTENUTO DEL CORSO**

---

Nella prima parte del corso verranno presentate le metodologie d'indagine della disciplina, per fornire agli studenti strumenti utili a comprendere le dinamiche dei processi cognitivi che sono alla base delle abilità linguistiche.

Verranno esaminati e discussi:

- i meccanismi di apprendimento della lingua materna da parte dei bambini per comprendere come emerge la lingua nei neonati e in che modo si sviluppa la grammatica;
- i sistemi di elaborazione della L1 da parte degli adulti (l'organizzazione del lessico mentale, i meccanismi di accesso lessicale);
- il modo in cui gli adulti pianificano la produzione linguistica e le disfunzioni che possono avvenire nel parlato (*lapses* e loro tipologia)

Nella seconda parte del corso verranno esaminati:

- la percezione visiva e uditiva, le teorie sulla percezione;
- la segmentazione del campo visivo;
- la relazione tra percezione e attenzione;
- il rapporto tra attenzione e memoria;
- le aree cerebrali coinvolte nel processo di memorizzazione e i sistemi di memoria;
- le principali teorie sulla motivazione e sulle emozioni;

- il ruolo della psicolinguistica applicata alle ricerche di marketing.

---

## **METODI DIDATTICI**

Il corso si svolgerà prevalentemente attraverso lezioni frontali, agli studenti viene, però, richiesto di fare letture durante il corso per l'approfondimento e la discussione di alcuni argomenti in classe.

---

## **TIPO DI ESAME**

L'esame consiste in una prova scritta con tre domande aperte e un'eventuale prova orale. La prova orale è obbligatoria per i non frequentanti.

---

## **TESTI DI RIFERIMENTO**

Per studenti frequentanti e non frequentanti

- Anolli L., Legrenzi P., *Psicologia generale*, Il Mulino, Bologna, 2009 (capp. IV. L'apprendimento, V. La memoria, VIII. La motivazione, IX. Le emozioni).
- Dell'Acqua R. & Massimo Turatto, *Attenzione e percezione*, Carocci, Roma, 2006.
- Rookes P., Willson J., *La Percezione*, Il Mulino, Bologna, 2002.
- Gallucci F, *Marketing emozionale*, Egea, Milano, 2007(capp. 7. Modelli, strumenti e tecnologie per la misurazione delle emozioni, 8. Comunicazione, emozioni e nuove tecnologie, 9. La comunicazione polisensoriale)

---

## **TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO**

- Kanizsa G. (1991). *Vedere e pensare*, Bologna, Il Mulino.
- Le Doux Joseph, (2003) *Il cervello emotivo. Alle origini delle emozioni*, Baldini & Castoldi Delai.
- Matthei E., Roeper T.(1991). *Elementi di psicolinguistica*, Bologna, il Mulino.
- Schacter, D.L. (2001) *Alla ricerca della memoria*, Torino, Einaudi.

---

## **ALTRE INFORMAZIONI**

Lidia Costamagna:

lidia.costamagna (at) unistrapg.it

tel. 075 5746631

Per il ricevimento studenti consultare l'apposita sezione del sito internet di Ateneo.