

Media, linguaggi e comunicazione in uno scenario globale (Cina, Giappone e mondo arabo)

Master di I livello *online*

12 mesi, 60 CFU, 392 ore di didattica frontale e laboratori + 350 ore di stage

Università degli Studi di Milano-Bicocca

Dipartimento di Scienze Umane mazione “Riccardo Massa”

I corsi di laurea universitari non tengono conto della necessità di un approccio multidisciplinare anche all'interno dell'area umanistica. Il risultato è che abbiamo laureati in lingue orientali che non conoscono la comunicazione digitale e il marketing, e allo stesso tempo laureati in comunicazione che conoscono poco le lingue. La capacità di combinare insieme queste competenze, anche con percorsi formativi post-laurea, è oggi una priorità alla quale le nostre università sono chiamate a rispondere.

(Marco Bettoli, *Raccontare il Made in Italy. Un nuovo legame tra cultura e manifattura*, Marsilio, 2015)

Il Master di I livello in “Media e comunicazione digitale per uno scenario globale” intende colmare questo vuoto proponendo a chi già conosce una lingua tra arabo, cinese e giapponese (livello B2 o superiore) un percorso che combini il perfezionamento linguistico a una formazione professionalizzante sulle tecniche della comunicazione digitale (dalla pubblicità allo storytelling passando per la gestione dei social media in lingua). Tale percorso si pone come obiettivo la formazione di esperti dei nuovi media capaci di utilizzare i linguaggi del marketing e del metaverso in un contesto internazionale ed extraeuropeo.

Erogato in italiano, in modalità online (saranno previsti anche degli incontri in presenza) e organizzato **su due giorni a settimana** per un totale di 12 mesi – comprensivi di 350 ore di stage presso un’azienda del settore – il master è rivolto a un numero massimo di 30 studenti e studentesse. Le varietà d’uso della lingua italiana saranno oggetto di studio e approfondimento, sia nell’ambito della scrittura creativa e pubblicitaria sia in quello della traduzione editoriale dalle lingue orientali: di qui la scelta dell’italiano per il master. Per la lingua araba è previsto l’approfondimento del dialetto mediorientale per il quale non è necessaria una certificazione di conoscenza pregressa e, se desiderato, sarà possibile ampliare il proprio bagaglio linguistico con un corso base di lingua coreana.

Gli insegnamenti impartiti afferiscono alle lingue orientali, alla traduzione specialistica ed editoriale, all’antropologia, alle teorie e tecniche dei nuovi media, al marketing, alla linguistica, all’organizzazione aziendale e alla filosofia politica.

In particolare nel corso di 392 ore tra didattica frontale e laboratoriale studenti e studentesse affronteranno lo studio e la pratica di:

- una lingua orientale applicata alla comunicazione (a scelta tra quelle summenzionate) declinata nei seguenti ambiti con docenti sia madrelingua che italiani: comunicazione istituzionale; linguaggio dei social; traduzione letteraria e transmediale; linguaggio del business e della comunicazione;

- antropologia e culture contemporanee e digitali con focus su attualità, cultura e media dei paesi di riferimento più una parte laboratoriale sulle tecniche di etnografia digitale;
- teorie e tecniche di: radio digitale e podcast; comunicazione e marketing digitale;
- *visual journalism* con focus su: meme, media sintetici generati con l'AI, visual storytelling interattivo. Ecosistemi digitali del giornalismo televisivo;
- organizzazione aziendale per il settore della *diversity, equity and inclusion* e risorse umane internazionali;
- laboratori di comunicazione interculturale pubblicitaria; ufficio stampa e organizzazione eventi; storytelling (visual-digital);
- linguistica con focus su: pragmatica interculturale, linguistica italiana e linguistica della traduzione;
- filosofia politica, con focus su: relazioni tra media, linguaggio e potere, rappresentazioni dell'identità culturale;
- un insegnamento a scelta tra: "English for business and communication"; "Laboratorio di lingua e cultura coreana"; "Fondamenti di dialetto mediorientale"

Sono previste infine 350 ore di stage presso partner del master come: aziende di carattere internazionale; case editrici e produttrici di contenuti medi; redazioni giornalistiche; uffici stampa; associazioni culturali; organizzazioni non governative per la cooperazione internazionale.

Il Master nasce in seno al Corso di Laurea in Comunicazione Interculturale del nostro Dipartimento. Come si può evincere da questo [video](#), in cui i laureati raccontano le loro esperienze lavorative, il nostro corso di studi permette già di trovare un'occupazione nei paesi di riferimento, o in ambiti a essi affini, nel campo della comunicazione. Il Master si pone dunque come un'espansione del percorso preesistente con un orientamento specifico verso i nuovi media e la vocazione di aprirsi anche a laureati che abbiano affrontato lo studio delle stesse lingue e culture in altri Atenei.

 [Incontra gli ex studenti del CdL in Comunicazione Interculturale](#)