UNIVERSITÀ DI PISA

COMUNICAZIONE POLITICA

MASSIMILIANO ANDRETTA

Anno accademico	2019/20
CdS	COMUNICAZIONE D'IMPRESA E POLITICA DELLE RISORSE UMANE
Codice	098QQ
CFU	6

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
COMUNICAZIONE POLITICA	SPS/04	LEZIONI	42	MASSIMILIANO ANDRETTA

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze
Lo studente acquisirà le conoscenze di base sui concetti, le teorie e le metodologie di ricerca utilizzati per la ricerca nella comunicazione politica in chiave politologica. Il corso fornirà dettagliati esempi di ricerca empirica sulla comunicazione politica, con particolare attenzione alla comunicazione politica online e attraverso il social network.

Modalità di verifica delle conoscenze
La verifica delle conoscenze acquisite dagli studenti avverrà attraverso una approfondito esame orale sui testi in programma. Soltanto per i frequentanti è prevista una modalità di verifica delle conoscenze acquisite attraverso l'elaborazione di una tesina di ricerca su uno dei temi del corso.

Capacità
Alla fine del corso gli studenti avranno imparato a elaborare un progetto di ricerca sui temi della comunicazione politica, indicando gli strumenti concettuali, teorici e metedologici necessari per la sua realizzazione.

Modalità di verifica delle capacità
La verifica delle capacità acquisite dagli studenti avverrà attraverso una approfondito esame orale sui testi in programma. Soltanto per i frequentanti è prevista una modalità di verifica delle capacità acquisite attraverso l'elaborazione di una tesina di ricerca su uno dei temi del corso. In quest'ultimo caso lo studente sarà invitato a presentare il progetto di tesina nelle lezioni conclusive del corso e dovrà presentare l'elaborato scritto e finale entro un anno dalla fine del corso.

Comportamenti
Lo studente acquisirà gli strumenti necessari per svolgere attività di raccolta e analisi di dati nell'ambito degli studi sulla comunicazione politica.

Modalità di verifica dei comportamenti
La verifica di tali comportamenti sarà oggetto delle prova orale di ogni sessione di esame. Soltanto per i frequentanti è prevista una modalità di verifica delle capacità acquisite attraverso l'elaborazione di una tesina di ricerca su uno dei temi del corso. In quest'ultimo caso lo studente sarà invitato a presentare il progetto di tesina nelle lezioni conclusive del corso e dovrà presentare l'elaborato scritto e finale entro un anno dalla fine del corso.

Prerequisiti (conoscenze iniziali)
lo studente dovrebbe aver maturato interessi e conoscenze generali del funzionamento dei sistemi, attori e organizzazioni politiche e più precisamente dovrebbe aver sostenuto un esame di scienza politica.

Indicazioni metodologiche
Il corso prevede lezioni frontali coadiuvate da slides concettuali, foto e video. Alcune lezioni prevedono la proiezione di slide in Inglese. Durante il corso potranno essere invitati ricercatori e esperti della materia che presentaranno i loro percorsi di ricerca. Gli studenti potranno avvalersi dei

ricevimenti settimanali per approfondire o chiedere chiarimenti sugli argomenti del corso. Infine gli studenti saranno inviati a partecipare alla discussione in aula.

Programma (contenuti dell'insegnamento)

Il corso mirerà a fornire un quadro complessivo delle teorie e delle ricerche elaborate nel campo della comunicazione politica. In particolare, nella prima parte del corso, ci soffermeremo sugli aspetti definitori del campo di ricerca, e sui soggetti collettivi e individuali che “fanno” comunicazione politica.
Verranno approfonditi poi i temi della interazione tra i media e la politica, con particolare riguardo verso le modalità di comunicazione proprie degli attori politici attraverso il sistema dei media: quali sono i linguaggi, i rituali e i simboli usati dagli attori che comunicano per ottenere il consenso dei cittadini? E come influiscono i media nel determinare e influenzare il modo di comunicare la politica? Cosa si intende con mediatizzazione della politica? E quali sono gli aspetti cognitivi dei cittadini consumatori di messaggi mediatici che devono essere considerati per capire le modalità di ricezione di tali messaggi? Il sistema dei media influenza il processo di ricezione? E come? Accanto ad una breve ricognizione della struttura dei media e dei rapporti media-politica in alcuni paesi europei, focalizzandoci sul caso italiano, con questo corso tenteremo di dare una risposta alle questioni sopra esposte. Nella seconda parte, verranno approfonditi gli aspetti del ruolo della comunicazione politica nel sistema politico e nella società civile. Innanzitutto vedremo nel dettaglio quali sono gli attori rilevanti per la comunicazione: il Presidente della Repubblica, il Parlamento, il Governo, la Magistratura, i partiti, i gruppi di interesse, i movimenti sociali e il terrorismo organizzato. Vedremo come i diversi attori abbiano modalità e logiche proprie di “comunicare politicamente”. Inoltre, approfondiremo il tema delle campagne elettorali e vedremo quali siano le logiche del loro funzionamento (pubblicità e marketing elettorale) e come queste contribuiscano a ridefinire la struttura organizzativa, le ideologie e le identità degli attori politici in generale e dei partiti politici in particolare. Infine, ci domanderemo quali siano gli effetti della comunicazione politica (soprattutto mediatizzata) sulla socializzazione politica, sulla conoscenza politica, sulla partecipazione politica, sulle scelte di voto e sull’opinione pubblica in generale.
Infine, si approfondirà l'aspetto relattivo all'uso dei nuovi media e dei social network nel corso delle campagne elettorale, con un fuoco empirico sulle ultime elezioni regionali che si sono svolte in Toscana.

Bibliografia e materiale didattico

Gianpietro Mazzoleni, *La comunicazione politica*, Bologna, Il Mulino, 2012.
Massimiliano Andretta e Roberta Bracciale (a cura di), *Social Media Campaigning. Le elezioni regionali in #Toscana 15*, Pisa, Pisa University Press, 2017 (Capp. 1, 4, 5, 7 e 8):
Cap. 1. M. Andretta e R. Bracciale, Social media, campaigning e comunicazione politica: elementi di scenario
Cap. 4. M. Andretta e R. Bracciale, L’uso di internet in Italia e in Toscana: limiti e opportunità per la comunicazione politica online
Cap. 5. S. Cresci, F. Del Vigna, M. Tesconi, I Big Data nella ricerca politica e sociale
Cap. 7. R. Bracciale e A. Martella, Stili di presenza online dei candidati alla Presidenza della Regione Toscana: verso una normalizzazione della sfera pubblica online?
Cap. 8. M. Andretta e A. Albertini, Partiti social e partiti a-social: la campagna online dei partiti per le elezioni regionali in Toscana

Modalità d'esame

Esame orale approfondito sui testi in programma. Soltanto per i frequentanti è prevista una modalità di verifica attraverso l'elaborazione di una tesina di ricerca su uno dei temi del corso. In quest'ultimo caso lo studente sarà invitato a presentare il progetto di tesina nelle lezioni conclusive del corso e dovrà presentare l'elaborato scritto e finale entro un anno dalla fine del corso.

Ultimo aggiornamento 19/03/2020 20:01