

Comunicazione Politica

Anno accademico 2025-2026

Sergio Martini

Dipartimento di Scienze Sociali Politiche e Cognitive

sergio.martini@unisi.it

Descrizione del corso

Il corso fornisce le conoscenze di base per analizzare il ruolo della comunicazione nella sfera politica, offrendo strumenti critici utili a comprendere le dinamiche contemporanee legate ai nuovi media e ai loro effetti. Dopo un'introduzione dedicata ai fondamenti teorici e all'inquadramento della comunicazione politica, la *prima* parte del corso approfondirà le caratteristiche dell'ecosistema dei media e delle piattaforme digitali, soffermandosi in particolare sul complesso rapporto tra politica, informazione e democrazia.

La *seconda* parte sarà dedicata al concetto di "politica pop", all'influenza che la cultura di massa esercita attraverso i mezzi digitali e al connubio tra media e populismo. Questa analisi si inserirà nel più ampio quadro dell'evoluzione dei media, della trasformazione del ruolo dei partiti e della crescente personalizzazione della politica.

Infine, la *terza* parte affronterà i possibili effetti dei media sulla formazione dell'opinione pubblica e sul comportamento politico, con un'attenzione particolare alle dinamiche del voto. Il corso si *concluderà* con una riflessione sulle sfide che il digitale pone alla politica e alla democrazia, come la polarizzazione, la disinformazione e la frammentazione del pubblico.

Il corso combinerà lezioni frontali, dibattiti, approfondimenti su temi di attualità e presentazioni di studentesse e studenti (in base al loro numero). Queste potranno avere come oggetto analisi originali della comunicazione politica dei partiti italiani in occasione di campagne elettorali locali o nazionali. In parallelo, il corso preparerà studentesse e studenti nello sviluppo di un saggio originale, da tenersi, preferibilmente, sull'argomento oggetto della presentazione in classe.

Obiettivi

Gli obiettivi del corso sono fornire un approccio il più possibile completo della rilevanza della comunicazione in politica, delle strategie di campagna elettorale e del ruolo dei media nella formazione del consenso. Al termine del corso, le studentesse e gli studenti avranno conseguito le seguenti competenze:

- conoscenza dei principali risultati della ricerca scientifica in questi campi;
- capire, interpretare e prevedere le strategie degli attori politici.

Metodi didattici

Lezioni frontali, dibattiti in classe, presentazioni. Il corso aspira a combinare lezioni tradizionali di tipo frontale con un apprendimento interattivo, in cui agli studenti verrà proposto di approfondire argomenti che dovranno presentare e discutere a lezione.

Le presentazioni potranno avere come oggetto letture assegnate dal docente o analisi originali proposte dagli studenti di alcuni dei principali temi trattati in classe.

In parallelo, gli studenti saranno seguiti nello sviluppo di un paper originale su un argomento di loro scelta attinente agli argomenti trattati.

In generale, ci si aspetta una vivace discussione in classe.

Testi di riferimento (obbligatori)

I testi sono tutti presenti nella biblioteca di ateneo.

- Mazzoleni, G. (a cura di) (2021) *Introduzione Alla Comunicazione Politica*, Bologna: Il Mulino.
- Mazzoleni, G. e Bracciale, R. (2019). *La politica pop online. I meme e le nuove sfide della comunicazione politica*. Bologna: il Mulino.

Altre letture (facoltative)

Il docente metterà a disposizione materiale didattico aggiuntivo che potrà essere discusso in specifiche sessioni, coinvolgendo anche presentazioni da parte degli/delle studenti/esse. Le letture saranno utili ad approfondire alcune tematiche chiave del corso. Queste potranno includere:

- Bail, C.A., Argyle, L.P., Brown, T.W., Bumpus, J.P., Chen, H., Hunzaker, M.B.F., Lee, J., Mann, M., Merhout, F. & Volfovsky, A. (2018). *Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(37): 9216–9221.

- Bennett, W. L., Livingston, S. (2020). A Brief history of the disinformation age: Information wars and the decline of institutional authority. In Bennett, W. L., Livingston, S. (eds), *The Disinformation Age* (pp. 3-42). Cambridge University Press.
- Bentivegna, S. Marchetti, R. & Roncarolo, F. (2022). (2022). Quando la fine è nota. Il clima della campagna del 2022 e le agende tematiche del confronto. In ITANES, *Svolta a destra? Cosa ci dice il voto del 2022* (pp. 137-150). Bologna: il Mulino.
- Biswas, A., Javadian Sabet, A., & Lin, Y.-R. (2025). Toxic politics and TikTok engagement in the 2024 U.S. election. *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-181>.
- Bobba, G., Seddone, A., Valeriani A. (2022). L'inciviltà politica nella campagna elettorale del 2022: pecezione e reazione degli elettori. In ITANES, *Svolta a destra? Cosa ci dice il voto del 2022* (pp. 151-162). Bologna: il Mulino.
- Flynn, D.J., Nyhan, B. & Reifler, J. (2017), The Nature and Origins of Misperceptions: Understanding False and Unsupported Beliefs About Politics. *Advances in Political Psychology*, 38: 127-150.
- Grinberg, N. et al. (2019). Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. *Science* 363,374-378.
- Guess, A., Nyhan, B. & Reifler, J. (2018). Selective exposure to misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 US presidential campaign. *European Research Council* 9.3.
- Guess, A. et al. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Sci. Adv.* 5, eaau4586.
- Legnante, G., Mancosu, M. & Vaccari, C. (2022). I consumi informativi degli elettori tra media tradizionali e internet: uno sguardo diacronico. In ITANES, *Svolta a destra? Cosa ci dice il voto del 2022* (pp. 125-136). Bologna: il Mulino.
- Makhortykh, M., Sydorova, M., Baghumyan, A., Vziatysheva, V., & Kuznetsova, E. (2024). Stochastic lies: How LLM-powered chatbots deal with Russian disinformation about the war in Ukraine. *Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review*, <https://doi.org/10.37016/mr-2020-154>
- Persily, N., Tucker, J.A., (eds) (2020). *Social Media and Democracy*. Capitoli 1-4. Cambridge University Press.
- Prior, M. (2013). Media and Political Polarization. *Annual Review of Political Science*, 16(1): 101-127.

Valutazione ed esame

Le modalità di valutazione variano tra frequentanti e non frequentanti.

Studenti frequentanti

- 60% esame scritto sui testi Mazzoleni (2021) e Mazzoleni e Bracciale (2019) l'esame consisterà in 4 domande a risposta aperta (massimo 20 righe per risposta), per una durata di 60 minuti.

- 20% scrittura di un breve saggio (massimo 4.000 parole) su un tema scelto in accordo con il docente
- 20% presentazione e partecipazione in classe.

Studenti non-frequentanti

- 75% esame scritto sui testi Mazzoleni (2021) e Mazzoleni e Bracciale (2019) l'esame consisterà in 6 domande a risposta aperta (massimo 20 righe per risposta), per una durata di 90 minuti.
- 25% scrittura di un breve saggio (massimo 4.000 parole) su un tema scelto in accordo con il docente.

Regole

Per essere considerati studenti "frequentati" è necessario frequentare almeno l'80% delle lezioni (il numero di assenze è quindi pari a 4 lezioni).

L'uso di dispositivi elettronici in classe è consentito limitatamente agli scopi di apprendimento. Tutti gli altri usi sono vietati.

Correttezza accademica

Il plagio, così come altre forme di disonestà accademica, sia nella scrittura del paper che durante le prove d'esame, è proibito. A prescindere da ogni iniziativa che l'Università vorrà intraprendere, tali scorrettezze comporteranno automaticamente la bocciatura all'esame. L'originalità dei paper sarà sottoposta ad apposita verifica mediante software di verifica anti-plagio e di testo generato da modelli di linguaggio di intelligenza artificiale.

La presentazione

La presentazione durerà in genere 20 minuti per ciascun studente (in base al numero e alla frequenza), evitando esposizioni troppo complesse e concentrandosi sul comunicare gli elementi principali degli argomenti (12-15 slides massimo).

La presentazione includerà, per esempio, informazioni su:

- la domanda di ricerca e lo scopo della lettura (rilevanza);
- le caratteristiche principali dell'approccio teorico utilizzato;
- le definizioni dei concetti trattati;
- il metodo, il contesto ed i dati (in base all'argomento);
- le evidenze empiriche addotte (in base all'argomento);
- i risultati e/o le conclusioni.

Il saggio

Il saggio dovrà essere composto dalle seguenti parti:

- titolo;

- sommario [abstract] (massimo 150 parole);
- parole chiave (da 3 a 5);
- un numero minimo di 4 sezioni (ciascuna con un suo titolo), comprendenti *almeno* un'introduzione, 2-3 sezioni in cui viene sviluppata l'argomentazione del saggio e illustrati i dati empirici, una conclusione;
- una bibliografia con le fonti e i dati consultati.

Il limite di 4.000 parole è da considerarsi complessivo di tutte le parti.

Il saggio dovrà essere inviato al docente entro la mezzanotte del giorno che precede l'esame a cui la studentessa o lo studente si presenterà.

Durante il corso, verranno dedicate alcune parti di lezioni a consigli e suggerimenti su come scrivere il saggio.

Orario di ricevimento

Martedì 16-18 (Presidio Mattioli, Stanza 24).

Si prega di anticipare eventuali appuntamenti per email e si rende disponibile la modalità online all'occorrenza.

Calendario del corso

Quello sotto costituisce un calendario suscettibile di cambiamento.

Lezione	Tema
1) Mar. 21 Ottobre 14:30-16:15	Presentazione del corso Caratteristiche del corso, testi di riferimento, prove, valutazione
	Parte 1: Fondamenti
2) Gio. 23 Ottobre 12:00-13:45	I temi e gli attori della comunicazione politica I Mazzoleni (2021), [CAP. 1-2]
3) Ven. 24 Ottobre 10:15-12:00	I temi e gli attori della comunicazione politica II Mazzoleni (2021), [CAP. 1-2]
4) Mar. 28 Ottobre 14:30-16:15	L'ecosistema dei media e la piattaforma Mazzoleni (2021), [CAP. 3-4]
5) Gio. 30 Ottobre 12:00-13:45	Giornalismo e politica Mazzoleni (2021), [CAP. 5]
	Parte 2: Politica pop

Continua nella pagina successiva

Continua dalla pagina precedente

6) Ven. 31 Ottobre 10:15-12:00	Cultura pop e comunicazione politica Mazzoleni (2021), [CAP. 6] Mazzoleni e Bracciale (2019). [CAP. 1-2]
7) Mar. 04 Novembre 14:30-16:15	La crisi dei partiti e la personalizzazione Mazzoleni (2021), [CAP. 7]
8) Gio. 06 Novembre 12:00-13:45	Populismo e comunicazione politica Mazzoleni (2021), [CAP. 8]
9) Ven. 07 Novembre 10:15-12:00	Fenomenologia dei meme Mazzoleni e Bracciale (2019), [CAP. 3-4]
Parte 3: Effetti dei media	
10) Mar. 11 Novembre 14:30-16:15	Campagne elettorali ed effetto sul voto Mazzoleni (2021), [CAP. 9]
11) Gio. 13 Novembre 12:00-13:45	Opinione pubblica, <i>bias</i> e politica emotiva Mazzoleni (2021), [CAP. 10]
12) Ven. 14 Novembre 10:15-12:00	Partecipazione politica e media Mazzoleni (2021), [CAP. 11]
13) Mar. 18 Novembre 14:30-16:15	Movimenti sociali e media Mazzoleni (2021), [CAP. 12]
Parte 4: Le sfide contemporanee	
14) Gio. 20 Novembre 12:00-13:45	Comunicazione politica e <i>datafication</i> Mazzoleni (2021), [CAP. 13-14]
15) Ven. 21 Novembre 10:15-12:00	<i>New media</i> e il futuro della democrazia Mazzoleni (2021), [CAP. 15]
16) Mar. 25 Novembre 14:30-16:15	Presentazioni studenti/esse
17) Gio. 27 Novembre 12:00-13:45	Presentazioni studenti/esse
18) Ven. 28 Novembre 10:15-12:00	Presentazioni studenti/esse
19) Mar. 02 Dicembre 14:30-16:15	Presentazioni studenti/esse
20) Gio. 04 Dicembre 12:00-13:45	Prova in itinere