



UNIVERSITÀ DI PAVIA

Anno Accademico 2019/2020

OPINIONE PUBBLICA E MEDIA ANALYSIS

Anno immatricolazione	2018/2019
Anno offerta	2019/2020
Normativa	DM270
SSD	SPS/04 (SCIENZA POLITICA)
Dipartimento	DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
Corso di studio	COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE, MULTIMEDIALITÀ
Curriculum	PERCORSO COMUNE
Anno di corso	2°
Periodo didattico	Primo Semestre (30/09/2019 - 16/12/2019)
Crediti	12
Ore	72 ore di attività frontale
Lingua insegnamento	Italiano
Tipo esame	SCRITTO
Docente	LEGNANTE GUIDO (titolare) - 6 CFU COBIANCHI VITTORIO - 6 CFU
Prerequisiti	Nessuno
Obiettivi formativi	<p>La pervasività dei mass media e la rivoluzione tecnologica sono profondamente connessi con i meccanismi di formazione dell'opinione pubblica e i comportamenti sia degli attori politici di élite sia dei cittadini-elettori.</p> <p>Obiettivo del corso è fornire agli studenti conoscenze e strumenti di analisi (teorie, concetti, ricerche empiriche) per comprendere la relazione fra i processi di formazione dell'opinione pubblica e le caratteristiche dei mezzi di comunicazione.</p> <p>Nel corso verrà data una particolare attenzione al caso italiano in prospettiva comparata.</p>
Programma e contenuti	Gli argomenti trattati saranno: la competizione politico-elettorale e l'opinione pubblica ieri e oggi; opinione pubblica e democrazia; i

sondaggi e l'analisi dei social media; mass media e rivoluzione tecnologica, la politica sui media e la fruizione, le campagne elettorali e la "campagna permanente", le elezioni 2018 e 2019.

Metodi didattici

Prevalentemente lezioni frontali. Inoltre, esercitazioni e discussione.

Testi di riferimento

1) G. Legnante (a cura di), Dispensa su Opinione pubblica e media. Edizione 2019-2020 (disponibile alla libreria CLU).

Texts for Erasmus students.

- Bobba G., Legnante G., Roncarolo F., Seddone A., Candidates in a negative light. The 2013 Italian election campaign in the media, in "Rivista italiana di scienza politica" n. 3/ 2013, pp. 353-379.
- Graber, D., Political Communication Faces 21th Century, in "Journal of Communication", n. 3/2005, pp. 479-507.
- Bennett, L., Iyengar, S., A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication, in "Journal of Communication", n. 4/2008, pp. 707-731.
- Esser, F., J. Strömbäck e C.H. de Vreese, Reviewing key concepts in research on political news journalism: Conceptualizations, operationalizations and propositions for future research, in "Journalism", n. 1/2012, pp. 139-143.
- Hopmann, D.N., P. Van Aelst e G. Legnante, Political balance in the news: A review of concepts, operationalizations and key findings, in "Journalism", n. 1/2012, pp. 240-257.
- Reinemann, C., Stanyer, J., S. Scherr e G. Legnante, Hard and soft news: a review of concepts, operationalizations and key finding, in "Journalism", 1/2012, pp. 221-239.
- Esser, F., De Vreese, C., Stromback, J., Van Aelst, P., Aalberg, T., Stanyer, J., Lengauer, G., Berganza, R., Legnante, G., Papanthanasopoulos, S., Salgado, S., Shafer, T., Reinemann, C., Political Information Opportunities in Europe: A Longitudinal and Comparative Study of Thirteen Television Systems, in "International Journal of Press/Politics", n. 3/2012, pp. 247-274.
- Vezzoni C., Italian National Election Survey 2013: a further step in a consolidating tradition, in "Rivista italiana di scienza politica", n. XLIV, aprile 2014, pp. 81-108.
- Brüggermann, M., Engesser, S., Buchel, F., Humprecht, E., Castro, L., Hallin and Mancini Revisited: Four Empirical Types of Western Media Systems, in "Journal of Communication", n. 6/2014, pp. 1037-1065.
- Goldman, S., Mutz, D., The Friendly Media Phenomenon: A Cross-National Analysis of Cross-Cutting Exposure, in "Political Communication", n. 1/2011, pp. 42-66.

However, Erasmus students are requested to agree upon the program (and possible text changes) with Prof. Legnante.

Modalità verifica apprendimento

Scritto (appelli di gennaio-febbraio); Orale (altri appelli).
L'esame mira a mettere alla prova la competenza sostantiva e metodologica degli studenti nell'analizzare la relazione fra la formazione dell'opinione pubblica ed élite, media e cittadini.

Altre informazioni

Obiettivi Agenda 2030 per lo

