



# UNIVERSITÀ DI PAVIA

Anno Accademico 2019/2020

## OPINIONE PUBBLICA DIGITALE

<b>Anno immatricolazione</b>	2019/2020
<b>Anno offerta</b>	2019/2020
<b>Normativa</b>	DM270
<b>SSD</b>	SPS/04 (SCIENZA POLITICA)
<b>Dipartimento</b>	DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
<b>Corso di studio</b>	COMUNICAZIONE DIGITALE
<b>Curriculum</b>	PERCORSO COMUNE
<b>Anno di corso</b>	1°
<b>Periodo didattico</b>	Primo Semestre (30/09/2019 - 13/12/2019)
<b>Crediti</b>	6
<b>Ore</b>	36 ore di attività frontale
<b>Lingua insegnamento</b>	Italiano
<b>Tipo esame</b>	ORALE
<b>Docente</b>	LEGNANTE GUIDO (titolare) - 9 CFU
<b>Prerequisiti</b>	No
<b>Obiettivi formativi</b>	<p>I mass media e la rivoluzione digitale che stiamo vivendo sono profondamente connessi con i meccanismi di formazione dell'opinione pubblica che oggi si dimostra sempre più reattiva e esperisce processi di disintermediazione nell'accesso alle informazioni rilevanti che ne favoriscono la partecipazione diretta.</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 nel mondo digitale e i limiti etici e le conseguenze politico-sociali di nuovi modelli di partecipazione digitale.</p> <p>Nel corso verrà data una particolare attenzione al caso italiano in prospettiva comparata.</p>
<b>Programma e contenuti</b>	Gli argomenti trattati saranno: i processi di disintermediazione

	<p>comunicativa nel mondo digitale, la competizione politico-elettorale e l'opinione pubblica nel mondo della partecipazione sociale, l'analisi dei social media e le metriche specifiche di valutazione della partecipazione politica e sociale; scenari evolutivi nel rapporto fra mass media e rivoluzione digitale, la politica sui media digitali e la fruizione, le campagne elettorali e la "campagna permanente". Studi sulle elezioni e l'opinione pubblica in Italia e in prospettiva comparata.</p>
<b>Metodi didattici</b>	<p>Il corso prevede lezioni frontali e approfondimenti seminariali, con la lettura e la discussione a lezione di materiali supplementari. Gli studenti frequentanti e motivati potranno concordare con il docente lo svolgimento e la presentazione di una ricerca empirica.</p>
<b>Testi di riferimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• G. Legnante (a cura di), Dispensa di "Marketing politico e media" (edizione 2019-2020).</li> </ul>
<b>Modalità verifica apprendimento</b>	<p>Seminari e esame orale (con due possibilità di appello scritto negli appelli di gennaio e febbraio)</p>
<b>Altre informazioni</b>	<p>Nessuna</p>
<b>Obiettivi Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile</b>	<p><a href="#">Gli obiettivi</a></p>