

# Laboratorio LS

Docente responsabile: **Prof. PINA LALLI**

Programma offerto in mutuaione per l'insegnamento di

## **Comunicazione politica 6 cfu**

Studenti del

Corso di Laurea Specialistica in Lingue, Comunicazione e Società

LABORATORIO SULLA CAMPAGNA ELETTORALE 2006

Coordinatore: **dr. CRISTIAN VACCARI**, [c.vaccari@email.it](mailto:c.vaccari@email.it)

### **Obiettivi**

Fornire un inquadramento teorico sui principali orientamenti della comunicazione politica in tema di campagne elettorali e portare gli studenti ad acquisire competenze metodologiche per lo studio empirico degli aspetti significativi di una campagna elettorale.

### **Temi trattati**

Gli studenti, con l'aiuto e la guida operativa del coordinatore, monitoreranno, nei due mesi che precedono la data del voto (dal 9 febbraio al 9 aprile 2006), la comunicazione nella campagna elettorale 2006 in Italia in due campi specifici:

- L'impatto sulla campagna elettorale delle attività di vari gruppi di pressione (Confindustria, associazioni di categorie economiche, associazioni di consumatori, associazioni ambientaliste, ecc:). Questa ricerca verrà effettuata attraverso l'analisi del contenuto dei principali quotidiani italiani e bolognesi, l'analisi dei siti web e delle iniziative proposte dai gruppi studiati, più altre fonti di dati individuate dagli studenti (ad esempio, interviste a uffici stampa e responsabili comunicazione dei gruppi di pressione).
- La comunicazione politica on line di candidati e partiti. Gli studenti analizzeranno periodicamente le caratteristiche di siti web ed email di partiti e candidati, indagando alcune aree specifiche quali: la prevalenza della sostanza sullo stile o viceversa; la segmentazione e personalizzazione del messaggio (specie tramite l'email); la presenza di meccanismi di interattività e feedback con l'utente; la decentralizzazione nella produzione e nella distribuzione del messaggio.

### **Metodo di lavoro e di studio**

L'attività di monitoraggio ed analisi sarà preceduta da tre lezioni di inquadramento teorico (I settimana di lezione)

Seguiranno altri 10-12 incontri a cadenza settimanale dedicati alla presentazione dei temi di ricerca, alla divisione del lavoro tra gli studenti e alla discussione delle modalità e degli strumenti operativi.

A ogni studente sarà assegnata un'unità di analisi (gruppo di pressione e/o partito politico) che dovrà monitorare settimanalmente secondo le indicazioni e gli strumenti forniti all'inizio dell'attività.

Questi incontri prevedono una modalità interattiva e partecipativa da parte degli studenti.

Essi si terranno ogni settimana nel periodo di monitoraggio (9 febbraio – 9 aprile 2006). Ciascun incontro sarà articolato in una prima parte di discussione generale, guidata dal coordinatore, sull'andamento della campagna elettorale e su alcuni temi teorici di interesse per la ricerca, e in una seconda parte in cui ciascuno studente, secondo una rotazione che verrà comunicata dopo il primo incontro, esporrà i risultati della sua attività di monitoraggio e ne discuterà con il resto del gruppo. Ogni studente sarà chiamato a rendere conto del suo lavoro ogni due settimane.

Nella settimana in cui il calendario prevede che lo studente relazioni sulla sua attività di ricerca, dovrà anche inviare al coordinatore un file Excel (basato su un prototipo fornito all'inizio del laboratorio) con i risultati quantitativi del suo monitoraggio e un elaborato di tre cartelle (circa 6 mila battute) in cui espone i risultati e gli eventi più significativi.

A conclusione del laboratorio ogni studente dovrà poi presentare una tesina finale di dieci-quindici cartelle (circa 20-30 mila battute) in cui riassume i risultati della sua attività di ricerca e li inserisce in un quadro teorico più ampio. Gli studenti potranno anche, previo accordo con il coordinatore, costituire dei gruppi di lavoro e produrre un elaborato finale collettivo, purché questo colleghi in modo appropriato le loro ricerche, ad esempio confrontando le attività di partiti e gruppi di interesse diversi.

## **Modalità di valutazione**

### **FREQUENTANTI**

**Si consiglia vivamente la frequenza per usufruire al meglio delle attività formative del corso, che prevedono una metodologia interattiva e quindi una partecipazione diretta degli studenti.**

Per essere considerati frequentanti, gli studenti dovranno essere presenti ad almeno l'80% degli incontri (quindi è ammesso un massimo di 3 assenze), presentare il proprio lavoro in tutte le occasioni in cui la rotazione lo preveda, consegnare tutti gli elaborati intermedi e la tesina finale.

Ogni studente ha diritto a un rinvio di una settimana dei suoi compiti di monitoraggio, da richiedere via email al coordinatore con almeno tre giorni di anticipo. Il rinvio può valere per la presentazione in aula, per la consegna degli elaborati o per entrambi. In questo caso tutti questi impegni devono comunque essere assolti la settimana successiva, senza che ciò comporti altre variazioni nel calendario. (Quindi uno studente che ottenga il rinvio di una settimana deve relazionare e consegnare i suoi elaborati per due settimane consecutive)

La valutazione è espressa in trentesimi e tiene conto sia della partecipazione alla discussione in aula, sia della qualità degli elaborati intermedi e dell'elaborato finale.

## NON FREQUENTANTI

Gli studenti che non assolvono pienamente ai compiti dei frequentanti sono considerati non frequentanti, salvo casi particolari adeguatamente documentati. Per i non frequentanti l'esame consiste in una prova scritta su una bibliografia definita dal docente sulla base dei testi di riferimento sotto indicati.

## **Calendario dei lavori**

Dato il carattere interattivo del corso, si invitano gli studenti che intendono frequentare a comunicare la loro opzione prima dell'inizio delle lezioni: scrivere al coordinatore dr. Cristian Vaccari [c.vaccari@email.it](mailto:c.vaccari@email.it).

Anche gli studenti che non possono in alcun modo frequentare sono invitati a comunicare la loro opzione, in maniera da organizzare al meglio le informazioni loro rivolte.

Penultima settimana di gennaio: incontri teorici

- Introduzione alla comunicazione politica: modelli, evoluzioni, interazioni tra mass media e politica, il fenomeno della personalizzazione, la qualità della comunicazione politica.
- Le trasformazioni delle campagne elettorali: campagne premoderne, moderne e postmoderne. Le elezioni italiane dal 1994 al 2005.
- Le componenti di una strategia di comunicazione politica: target, temi, personalità dei candidati, priorità degli elettori, messaggi.

Ultima settimana di gennaio: incontro introduttivo: la comunicazione politica on line e lo scenario della campagna 2006.

Prima settimana di febbraio: incontro di organizzazione del lavoro e divisione dei compiti.

Dal 9 febbraio al 9 aprile: incontri settimanali di discussione e presentazione del monitoraggio.

Prima settimana di maggio: scadenza per la consegna delle tesine finali e presentazione dei lavori.

## **Testi di riferimento**

R. Gibson, J. Newell, S. Ward, "The new technologies: The first internet election?". In J. Newell (a cura di), *The Italian General Election of 2001: Berlusconi's Victory*. Manchester: Manchester University Press, 2002: 162-182.

R. Grandi, C. Vaccari, "Romano Prodi e la 'comunicazione politica diffusa'" e altri articoli pubblicati in *InnovAzioni*, 5, 2005, numero monografico sulla campagna elettorale 2006.

G. Graziano, *Le lobbies*, Roma-Bari, Laterza, 2002.G.

G. Mazzoleni, *La comunicazione politica*. Bologna, Il Mulino, 2004, nuova edizione.

M. Miani, *La comunicazione politica in Internet*, Roma, Luca Sassella Editore, 2003.

G. Nucci, "Lobbying, la comunicazione imperfetta", in *Rivista Italiana di Comunicazione Pubblica*, 7, 2001: 22-36.

G. Pasquino, "Gruppi di pressione", in Bobbio, N., Matteucci, N., Pasquino, G. (a cura di), *Il dizionario di Politica*. Torino, UTET, 2004.

C. Vaccari, "Cofferati 2004: La prima campagna elettorale postmoderna?", in *Comunicazione Politica*, 5, 2, 2004: 217-236.

C. Vaccari, "Da mezzo di comunicazione a strumento di partecipazione: Internet nella campagna presidenziale Usa 2004", in *Rivista Italiana di Comunicazione Pubblica*, 25, 2005.

*Gli articoli tratti da riviste sono a disposizione in fotocopia presso la Biblioteca del Dipartimento di Discipline della Comunicazione.*

*Altri testi verranno indicati nel corso degli incontri e se necessario si aggiornerà su web anche il programma per i non frequentanti*

## **Calendario esami**

### **STUDENTI FREQUENTANTI**

Data la specificità metodologica del corso e dei temi trattati, il I appello utile di esame consisterà nella valutazione della tesina finale entro il mese di giugno, con procedura di completamento con verbalizzazione nel corso dell'appello di luglio tenuto dalla prof. P. Lalli. In caso di urgenza per laureandi, occorre segnalare il problema al coordinatore, in modo da assicurare la possibilità di terminare l'esame entro l'appello di giugno.

Non saranno assicurati ulteriori appelli per frequentanti con questa specifica procedura d'esame.

**STUDENTI NON FREQUENTANTI** (o frequentanti che non abbiano ottemperato ai requisiti richiesti al punto precedente):

6 appelli con **prova scritta sui testi d'esame** nel corso dell'intero anno accademico secondo il calendario della Facoltà di Lettere e Filosofia, e in linea di massima così suddivisi: 1 a giugno 2006, 1 a luglio 2006, 1 a settembre 2006, 1 nella I metà di novembre 2006, 1 nella prima metà di febbraio 2007, 1 fra fine marzo e inizio aprile 2007.

I testi d'esame saranno tutti reperibili presso la biblioteca del Dipartimento Discipline della Comunicazione, via Azzo Gardino 23.

## **Ricevimento**

A partire dal 7 febbraio e per tutta la durata del corso, Cristian Vaccari riceve presso il Dipartimento di Discipline della Comunicazione tutti i martedì dalle 17 alle 18.30, salvo diverse indicazioni, oppure su appuntamento da concordare via email.

## **Iscrizioni e informazioni**

Per informazioni e per comunicare la propria adesione al laboratorio, inviare un'email a [c.vaccari@email.it](mailto:c.vaccari@email.it).

A partire dall'inizio del corso sarà anche attivo il sito [www.comunicarepolitica.it](http://www.comunicarepolitica.it), in cui saranno contenute tutte le informazioni e i materiali didattici.