



ATTACCO, DIFESA E CALUNNIA

Il negative campaigning in Italia

di *Luca Cordani*

Nell'era del marketing, per vincere le elezioni diventa sempre più importante saper scegliere la strategia comunicativa più adatta. Non a caso, la direzione e la gestione delle campagne elettorali sono affidate a professionisti esperti di pubblicità e comunicazione ancor prima che ad attivisti di partito. Il presente volume analizza il "negative campaigning", vale a dire un particolare tipo di strategia elettorale finalizzata a mettere in luce i punti di debolezza dell'avversario, sia politici sia personali. Nonostante la letteratura scientifica non abbia ancora fornito una definizione univoca di "negative campaigning", ci chiediamo: quando è elettoralmente conveniente attaccare l'avversario? Quali contesti politici, economici e sociali favoriscono il ricorso a questo tipo di strategia? Quali mezzi possiede un attore politico per neutralizzare un attacco? Dopo aver cercato di fornire un contributo scientifico agli interrogativi sopra indicati, il presente lavoro analizza, grazie ad interviste a consulenti politici e a professionisti delle campagne elettorali, le strategie di comunicazione portate avanti dai candidati delle elezioni politiche italiane dal 1994 ad oggi.

Editore: **EPOKÉ**

Pagine: **169**

Prezzo: **15.00 €**

Pubblicazione: **31/12/2013**

ISBN: **9788898014224**

SCIENZE POLITICHE, POLITICA, STRUTTURE E PROCESSI
POLITICI