

INDICE

Introduzione. Verso una neo-comunicazione politica	p. 7
I. Dalla televisione ai social media: com'è cambiata la comunicazione politica	13
1. Le tre svolte	13
2. Le logiche ibride dei social media	19
3. I social media come capitale sociale e come spazio pubblico	23
4. Social media ed engagement politico	26
II. Forme e dinamiche della politica pop online	29
1. Cultura popolare e politica offline e online	29
2. <i>Infotainment</i> e <i>politainment online</i>	34
3. Attori e forme della politica pop online	41
4. Umore e satira politica. Il meme politico	50
III. Fenomenologia dell'internet meme	55
1. Cosa sono i meme?	55
2. Le caratteristiche degli internet meme	60
3. Come avviene il processo di «normificazione»?	65
4. Il ruolo dei meme nella sfera pubblica ibrida	78
IV. I meme nella comunicazione politica	89
1. Il processo di «memizzazione» della politica	89

2. LolPolitics: nuove modalità di partecipazione politica	p. 94
3. Ideologia del meme: <i>can't stump the Trump</i>	117
4. La «memizzazione» perfetta: <i>Obama Hope</i>	121

Riferimenti bibliografici	131
---------------------------	-----

Indice dei nomi	149
-----------------	-----

Introduzione. Verso una neo-comunicazione politica	
I.	Dalla televisione ai social media: com'è cambiata la comunicazione politica
13	
13	1. Le tre svolte
19	2. Le logiche ibride dei social media
23	3. I social media come capitale sociale e come spazio pubblico
26	4. Social media ed engagement politico
29	II. Forme e dinamiche della politica pop online
29	1. Cultura popolare e politica offline e online
34	2. Infotainment e politainment online
41	3. Attori e forme della politica pop online
50	4. Umanismo e salute politica. Il meme politico
55	III. Fenomenologia dell'internet meme
55	1. Cosa sono i memes?
60	2. Le caratteristiche degli internet meme
62	3. Come avviene il processo di «nominalizzazione»
68	4. Il ruolo del meme nella sfera pubblica politica
88	I. Il processo di «memizzazione» della politica
Redazione e produzione: Edizioni del Mulino	