

Indice dei volumi I-VII



A cura di Lucilla Pirovano

NOTA EDITORIALE

Calise Mauro, Cosa (non) è *e-democracy*, numero 1/2006 volume VII, pp. 5-8

Mazzoleni Gianpietro, Dalle Notti Bianche russe ai palchi rock americani: le vie della comunicazione politica, numero 2/2005 volume VI, pp. 197-199

Mazzoleni Gianpietro, Guerra e media, linguaggi dei leader e idiosincrasie mediatiche dei politici, numero 1/2003 volume IV, pp. 5-9

Mazzoleni Gianpietro, Internet, Elezioni, G8 e 11 Settembre: tra scenari cibernetici e tensioni globali, numero 2/2001 volume II, pp. 165-166

Mazzoleni Gianpietro, La campagna presidenziale Usa 2004: Un bilancio e alcune riflessioni, numero 1/2005 volume VI, pp. 5-8

Mazzoleni Gianpietro, La Piazza, la Camera e la Nave: i luoghi e i campi di una disciplina, numero 2/2004 volume V, pp. 213-215

Mazzoleni Gianpietro, Linguaggi politici, controllori della comunicazione politica, sindaci alla conquista del consenso, numero 2/2002 volume III, pp. 167-169

Mazzoleni Gianpietro, Media e Populismo: un ambiguo connubio, numero 2/2003 volume IV, pp. 133-139

Mazzoleni Gianpietro, Perché questa rivista, numero 1/2000 volume I, pp. 5-8

Mazzoleni Gianpietro, Questo numero, numero 2/2000 volume I, pp. 165-167

Mazzoleni Gianpietro, Un dossier su un tema di grande attualità, numero 1/2001 volume II, pp. 5-8

Mazzoleni Gianpietro, Un numero speciale per un anniversario speciale, numero 1/2004 volume V, pp. 5-10

Mazzoleni Gianpietro, Una campagna all'ultimo voto, numero 2/2006 volume VII, pp. 215-218

Mazzoleni Gianpietro, Una campagna elettorale speciale e un'influenza mediatica speciale, numero 1/2002 volume III, pp. 5-8

SAGGI

Amoretti Francesco, La Rivoluzione Digitale e i processi di costituzionalizzazione europei. L'e-democracy tra ideologia e pratiche istituzionali, numero 1/2006 volume VII, pp. 49-74

Amoretti Francesco, Mass media, azione giudiziaria e trasformazioni istituzionali. Alcune riflessioni a partire da "Tangentopoli", numero 1/2000 volume I, pp. 57-75

Antelmi Donella, Santulli Francesca, Il "nuovo" in Parlamento: identità e relazioni nella Presentazione alle Camere, numero 2/2004 volume V, pp. 253-274

Antelmi Donella, Santulli Francesca, Risorse semantiche per la costruzione del consenso: il caso Berlusconi, numero 2/2002 volume III, pp. 171-192

Barro Martina, Alemagni Pimpinelli Elena, L'Europa e i suoi due volti, numero 2/2000 volume I, pp. 249-271

Belluati Marinella, Mezzogiorno di fuoco. I faccia a faccia tra Prodi e Berlusconi come *media event* della campagna elettorale in Tv, numero 2/2006 volume VII, pp. 287-309

Benoit William L., Candidate Television Advertising in the 2004 American Presidential Campaign, numero 1/2005 volume VI, pp. 27-42

Bentivegna Sara, La prova generale del 2001: candidati ed elettori nel mare di Internet, numero 2/2001 volume II, pp. 183-204

Boni Federico, Quel che resta del sacro. Personalizzazione del leader, nuova media e dissacrazione della politica, numero 2/2002 volume III, pp. 211-222

Campus Donatella, "Il governo del popolo, dal popolo, per il popolo". Il presidente americano e la retorica populista, numero 2/2003 volume IV, pp. 207-227

Campus Donatella, Pregi e limiti di un sistema elettorale problematico, numero 1/2005 volume VI, pp. 69-84

Ceccarini Luigi, L'indecisione di voto: una sfida alla video-politica? Il caso delle elezioni in Veneto, numero 1/2001 volume II, pp. 47-67

Cherribi Oussama, Olanda (s)velata: intolleranza, populismo e media, numero 2/2003 volume IV, pp. 141-165

Colombo Fausto, Catellani Patrizia, Il salotto e la scena: il conflitto politico in *Porta a Porta*, numero 2/2006 volume VII, pp. 343-355

Cornia Alessio, Sulla scia Azzurra. Gli effetti della nave di Berlusconi sulla campagna per le regionali del 2000, numero 2/2004 volume V, pp. 315-345

- Crespi Luigi, Gentiloni Paolo*, Perché Berlusconi ha vinto, perché Rutelli ha perso, numero 2/2001 volume II, pp. 220-231
- Davis Richard*, Internet nelle elezioni presidenziali americane del 2000, numero 2/2001 volume II, pp. 167-181
- De Michelis Lidia*, Empires of the Heart: il linguaggio di Tony Blair e la diplomazia della community, numero 1/2003 volume IV, pp. 33-60
- De Nardis Fabio*, Sinistra e destra nell'analisi del linguaggio politico: il caso della campagna per il rinnovo del sindaco di Roma, numero 2/2004 volume V, pp. 275-313
- Downey John*, Dog-whistle or fog-horn? Nasty or Nice? Immigration as an electoral issue in the 2005 United Kingdom General Election, numero 2/2005 volume VI, pp. 255-273
- Duque Alvaro E.*, Viaggio nell'Eldorado del populismo. Appunti sulla comunicazione politica di Fujimori e di Chávez, numero 2/2003 volume IV, pp. 185-205
- Feltrin Paolo, Fabrizio Davide*, Cosa conta nel voto. Il caso delle elezioni amministrative di Verona, numero 2/2002 volume III, pp. 291-303
- Gentile Sara*, Il principe eletto e il suo linguaggio: la retorica presidenziale di Mitterrand, numero 2/2002 volume III, pp. 193-210
- Gerstlé Jacques*, Gli effetti della comunicazione e dell'informazione sui cittadini nelle campagne elettorali, numero 2/2004 volume V, pp. 237-252
- Greenberg Stanley*, La maggioranza progressista e le elezioni Usa 2000, numero 1/2001 volume II, pp. 105-112
- Grossi Giorgio*, La televisione a tre dimensioni. Comunicazione mediale e intenzioni di voto nella campagna delle elezioni europee 1999, numero 2/2000 volume I, pp. 205-229
- Lang Kurt, Lang Gladys Engel*, Televisione, politica e guerra: ieri, oggi e domani, numero 1/2003 volume IV, pp. 11-32
- Legnante Guido*, "Vorrei ma non posso": la comunicazione politica vista dai parlamentari italiani, numero 1/2003 volume IV, pp. 61-79
- Loera Barbara, Ferragutti Paola*, Televisione e fiducia nelle istituzioni, numero 2/2001 volume II, pp. 205-219
- Lusoli Wainer*, Di finestre, triangoli e cerchi: l'economia politica nel discorso sulla democrazia elettronica, numero 1/2006 volume VII, pp. 27-48
- Mancini Paolo*, Agenda dei media e agenda degli elettori, numero 1/2002 volume III, pp. 31-50
- Mancini Paolo, Cornia Alessio, Mazzoni Marco*, Sondaggi e subculture politiche nella selezione della leadership: una ricerca in Umbria, numero 2/2005 volume VI, pp. 235-254
- Mancini Paolo, Marini Rolando*, Agenda setting, personalizzazione e clima di opinione nella campagna 2004-2006, numero 2/2006 volume VII, pp. 259-286
- Mancini Paolo*, Il professionismo della war room: come cambiano i partiti politici, numero 1/2001 volume II, pp. 29-45
- Marini Rolando*, L'agenda della campagna elettorale "lunga" 2000-2001, numero 1/2002 volume III, pp. 81-100
- Marini Rolando, Minchielli Sara*, Pseudo-evento ma non troppo. Movimento dei movimenti, Social Forum Europeo e stampa italiana, numero 2/2005 volume VI, pp. 201-233
- Marini Rolando, Moroni Chiara*, L'introvabile agenda della campagna europea 1999, numero 2/2000 volume I, pp. 231-248
- Marletti Carlo*, Elezioni europee e campagna permanente. Una discussione dei primi risultati di ricerca, numero 2/2000 volume I, pp. 169-180
- Marletti Carlo*, Il ciclo dell'antipolitica e i risultati delle elezioni del 13 maggio in Italia. Verso un nuovo clima d'opinione?, numero 1/2002 volume III, pp. 9-30
- Mazzoni Marco*, "Chi vince e chi perde". Un modo per influenzare il clima di opinione, numero 2/2006 volume VII, pp. 311-328
- Natale Paolo*, Le elezioni del sindaco di Roma, numero 2/2002 volume III, pp. 254-265
- Natale Paolo, Pagnoncelli Nando*, Il rapporto tra politici e sondaggi in Italia, numero 1/2001 volume II, pp. 93-104
- Natale Paolo*, Tre campagne differenti, tre sindaci simili, numero 2/2002 volume III, pp. 251-253
- Negrine Ralph*, La professionalizzazione della comunicazione politica: l'esperienza inglese, numero 1/2001 volume II, pp. 9-27
- Nizzoli Antonio*, I telegiornali e il G8, numero 2/2001 volume II, pp. 244-255
- Novelli Edoardo*, Berlusconi - Rutelli: ovvero il corto e il lungo, l'emozione e la ragione, il 1948 e il 2001, numero 1/2002 volume III, pp. 116-121
- Padula Giovanni*, Politici on line: l'albero e l'ascia, numero 2/2001 volume II, pp. 233-243
- Pasquino Gianfranco*, Elezioni Usa 2004: un esito previsto e prevedibile, numero 1/2005 volume VI, pp. 9-26
- Perrucci Teresa, Villa Marina*, Emissioni locali e par condicio in periodo di campagna elettorale, numero 2/2002 volume III, pp. 223-249
- Rao Nirmala, Natale Paolo*, Le elezioni del sindaco di Londra, numero 2/2002 volume III, pp. 279-290
- Rodriguez Mario*, Il marketing politico: dopo l'affermazione la professionalizzazione, numero 1/2001 volume II, pp. 69-92
- Roncarolo Franca*, Fra autoreferenzialità e guerriglia mediale. La campagna elettorale 2001 nella stampa quotidiana, numero 1/2002 volume III, pp. 51-79
- Roncarolo Franca*, L'Europa in agenda. Campagna

permanente ed elezioni di secondo ordine, numero 2/2000 volume I, pp. 181-204

Sani Giacomo, L'oroscopo del marziano: comunicato ergo sum?, numero 1/2002 volume III, pp. 122-126

Sani Giacomo, Partiti e leader nella comunicazione politica in tv. L'esperienza dell'Osservatorio di Pavia, numero 1/2000 volume I, pp. 33-56

Schmitter Philippe C., E-democrazia e Ue-democrazia: un esperimento meditato, numero 1/2006 volume VII, pp. 9-25

Stewart Julianne, Profughi ai nostri confini. I media australiani e il populismo del Primo Ministro John Howard, numero 2/2003 volume IV, pp. 167-184

Swanson David L., Tra la crisi della politica e le sfide dei nuovi media. Bilanci e prospettive della comunicazione politica, numero 1/2000 volume I, pp. 9-32

Testa Silvia, Loera Barbara, Ricolfi Luca, Sorpasso? Il ruolo della televisione nelle elezioni politiche del 2001, numero 1/2002 volume III, pp. 101-115

Vaccari Cristian, "Una sola cosa per volta": Issues e immagine nella campagna presidenziale 2004, numero 1/2005 volume VI, pp. 43-67

Vaccari Cristian, Cofferati 2004: la prima campagna elettorale postmoderna?, numero 2/2004 volume V, pp. 217-236

Vaccari Cristian, La campagna 2006 su internet: pubblico, siti e agenda, numero 2/2006 volume VII, pp. 329-341

Villa Marina, La strategia mediatica del sindaco di Parigi: Intervista a Jean-Louis Missika, numero 2/2002 volume III, pp. 273-278

Villa Marina, Le elezioni del sindaco di Parigi, numero 2/2002 volume III, pp. 266-272

ANALISI - RIFLESSIONI

Abagnale Gloria, Il conflitto di interessi: un iter parlamentare tormentato, numero 1/2000 volume I, pp. 77-98

Amoretti Francesco, Comunicare è governare. Marketing e cultura politica del berlusconismo, numero 1/2004 volume V, pp. 109-124

Antenore Marzia, Sul cybermovimento che puntava alla Casa Bianca. Un'analisi del MoveOn Democracy in Action, numero 1/2005 volume VI, pp. 173-183

Biorcio Roberto, La strana coppia. Le campagne politiche della Lega e i successi di Silvio Berlusconi, numero 1/2004 volume V, pp. 37-46

Boni Federico, Dagli eventi mediatici agli eventi medici. Comunicazione politica e medicalizzazione del corpo del leader, numero 2/2000 volume I, pp. 287-296

Cacciotto Marco, L'ascesa dei consulenti politici (anche in Italia), numero 2/2004 volume V, pp. 347-354

Calise Mauro, Un decennio presidenziale, numero

1/2004 volume V, pp. 25-35

Caruso Maria Pia, La "par condicio" in Francia, Germania, Regno Unito e Spagna. Linee guida di analisi comparata, numero 1/2000 volume I, pp. 99-109

Ceccarelli Filippo, Berlusconi in redazione: il fenomeno visto dai giornalisti, numero 1/2004 volume V, pp. 169-178

Colombo Fausto, Piccolo dizionario naturalistico della politica italiana, numero 1/2000 volume I, pp. 111-118

D'Uva Daniela, Bruno Claudia, Il ruolo della televisione e dell'informazione nella campagna elettorale per le elezioni amministrative 2005, numero 2/2005 volume VI, pp. 305-316

D'Uva Daniela, Ruggiero Carlo, Il ruolo della televisione e dell'informazione nella campagna elettorale italiana (1° aprile - 13 giugno), numero 2/2004 volume V, pp. 355-362

De Rosa Rosanna, Weblog e processi di formazione dell'opinione pubblica, numero 1/2006 volume VII, pp. 75-91

Di Giovanni Matteo, Palma Alessandra, Il ruolo della televisione e dell'informazione nella campagna elettorale per le elezioni politiche (11 febbraio - 7 aprile 2006), numero 2/2006 volume VII, pp. 381-396

Diamanti Ilvo, Dal partito di plastica alla Repubblica fondata sui media, numero 1/2004 volume V, pp. 51-64

Diamanti Ilvo, Il trionfo della "democrazia del pubblico"?, numero 2/2006 volume VII, pp. 229-248

Holtz-Bacha Christina, La vita privata dei politici. Nuove strategie di immagine in Germania, numero 1/2003 volume IV, pp. 81-92

Incontro Simone, Le convention: non solo "infomercial", numero 1/2005 volume VI, pp. 157-171

Legnante Guido, I dilemmi dell'uomo delle certezze: l'offerta politica di Silvio Berlusconi, numero 1/2004 volume V, pp. 155-167

Loera Barbara, Gli effetti della televisione sul voto. Le elezioni europee del giugno 1999, numero 2/2000 volume I, pp. 273-286

Maiola Giovanna, Milazzo Giuseppe, Le parole di Bush e Kerry: un'analisi lessicale dei dibattiti presidenziali, numero 1/2005 volume VI, pp. 119-145

Mancini Paolo, La lezione del 1994, numero 1/2004 volume V, pp. 65-72

Mannheimer Renato, Berlusconi e il mercato elettorale, numero 1/2004 volume V, pp. 47-50

Marletti Carlo A., Campagna permanente o campagna lunga? L'exploit di Berlusconi, numero 2/2006 volume VII, pp. 249-258

Morini Mara, Il sistema dei mass media nella Federazione russa, numero 2/2005 volume VI, pp. 275-294

Morini Mara, Sfide e opportunità dell'e-democra-

zation nell'est europeo, numero 1/2006 volume VII, pp. 131-149

Musella Fortunato, Il progetto democrazia elettronica fra modernizzazione e nuova dipendenza, numero 1/2006 volume VII, pp. 93-110

Natale Paolo, Gli indecisi ed il voto: un'incertezza solo apparente?, numero 2/2000 volume I, pp. 297-301

Natale Paolo, Opinione pubblica e sondaggi: cronaca di un pareggio (mai) annunciato, numero 2/2006 volume VII, pp. 359-368

Natale Paolo, Il ruolo di Berlusconi nell'evoluzione dei sondaggi in Italia, numero 1/2004 volume V, pp. 135-141

Natale Paolo, Sondaggi ed elezioni americane: fiction o realtà?, numero 1/2005 volume VI, pp. 147-156

Novelli Edoardo, Forza Italia. Origini, trionfo e declino del partito televisivo, numero 1/2004 volume V, pp. 143-154

Padovani Claudia, Cammaerts Bart, Il World Summit on the Information Society: esercizi di e-governance fra "spazi di luogo" e "spazi di flusso", numero 1/2006 volume VII, pp. 111-130

Pagnoncelli Nando, Il sondaggio americano, numero 2/2006 volume VII, pp. 369-379

Pasquino Gianfranco, L'antipolitica scende in campo, numero 1/2004 volume V, pp. 13-24

Pasquino Gianfranco, Quasi una rimonta, numero 2/2006 volume VII, pp. 219-227

Rodriguez Mario, Conferme e novità: il dopo Berlusconi è già iniziato, numero 1/2004 volume V, pp. 125-134

Sani Giacomo, Consumo di Tg e politica in Italia. Frammento di un rapporto da Marte, numero 2/2006 volume VI, pp. 357-358

Sani Giacomo, Televisione e consensi elettorali: sette lezioni in forma di dialogo, numero 1/2004 volume V, pp. 73-105

Sibilla Gianni, Rock the Vote? Le forme del rapporto tra comunicazione musicale e comunicazione politica, numero 2/2005 volume VI, pp. 295-303

Vaccari Cristian, La campagna elettorale Usa 2004 vista dai protagonisti, numero 1/2005 volume VI, pp. 85-118

STRUMENTI

Recensioni e schede

Allan Stuard e Zelizer Barbie (eds.) (2004). *Reporting War. Journalism in War Time*, numero 2/2005 volume VI, pp. 320-321 (Giovanni Zavaritt)

Amadori Alessandro (2002). *Mi consenta*, numero 1/2003 volume IV, p. 97 (Mario Rodriguez)

Baker Edwin (2002). *Media, Markets and Democracy*, numero 2/2004 volume V, pp. 370-371 (Mauro Barisione)

Baldini G., Corbetta P., Vassallo S. (2000). *La sconfitta inattesa. Come e perché la sinistra ha perso a Bologna*, numero 2/2000 volume I, pp. 302-306 (Fulvio Venturino)

Ballini Pier Luigi e Ridolfi Maurizio (a cura di) (2002). *Storia delle campagne elettorali in Italia*, numero 1/2003 volume IV, pp. 95-96 (Edoardo Novelli)

Barisione Mauro (2006). *L'immagine del leader. Quanto conta per gli elettori?*, numero 2/2006 volume VII, pp. 402-403 (Cristian Vaccari)

Barisione Mauro e Mannheimer Renato (1999). *I sondaggi*, numero 1/2001 volume II, pp. 113-115 (Paolo Natale)

Bentivegna Sara (1999). *La politica in rete*, numero 2/2000 volume I, pp. 306-309 (Nicoletta Vittadini)

Bianca Salvatore e Miduri Carmelo (2005). *Un anno in quaranta e-mail ovvero come i portaborse nel loro piccolo si scrivono*, numero 2/2005 volume VI, pp. 321-324 (Rossana Sampugnaro)

Bionda M. L., Bourlot A., Cobianchi V., Villa M. (1998). *Lo spettacolo della politica. Protagonismo e servizio nel talk show elettorale*, numero 1/2000 volume I, pp. 126-127 (Agostino Massa)

Campus Donatella (2000). *L'elettore pigro. Informazione politica e scelta di voto*, numero 1/2001 volume II, pp. 115-120 (Chiara Moroni)

Cattaneo Alberto e Zanetto Paolo (2003). *(E)lezioni di successo*, numero 2/2003 volume IV, pp. 239-241 (Marco Cacciotto)

Cayrol Roland e Mercier Arnaud (a cura di) (2002). *Télévision, politique et élections. Dossiers de l'audiovisuel*, numero 1/2003 volume IV, pp. 98-99 (Marina Villa)

Ceccarelli Filippo (2003). *Il teatrone della politica. Come lo spettacolo ha preso il potere*, numero 2/2003 volume IV, pp. 241-242 (Paolo Mancini)

Ceccarini Luigi (2001). *Le voci di dio. Stampa cattolica e politica in Italia*, numero 1/2002 volume III, pp. 136-138 (Piermarco Aroldi)

Cheles Luciano e Sponza Lucio (a cura di) (2001). *The Art of Persuasion. Political Communication in Italy from 1945 to the 1990s*, numero 2/2002 volume III, pp. 304-306 (Donatella Campus)

Cuperlo Gianni (2004). *Par conditio*, numero 2/2004 volume V, pp. 363-365 (Paolo Mancini)

Davi Kalus (2004). *Di qualcosa di sinistra*, numero 2/2004 volume V, pp. 363-365 (Paolo Mancini)

Cuturi Vittoria, Sampugnaro Rossana, Tomaselli Venera (2000). *L'elettore instabile: voto/non voto*, numero 1/2001 volume II, pp. 115-120 (Chiara Moroni)

De Michelis Lidia (2005). *L'isola e il mondo. Intersezioni culturali nella Gran Bretagna d'oggi*, numero 2/2006 volume VII, pp. 398-399 (Gianfranco Pasquino)

Edelman Murray (2001). *The Politics of Misinformation*, numero 1/2003 volume IV, pp. 93-

94 (Donatella Campus)

Fedel Giorgio (1999). *Saggi sul linguaggio e l'oratoria*, numero 2/2001 volume II, pp. 256-258 (Marco Ferrari)

Filzmaier Peter e Plasser Fritz (2001). *Wahlkampf um das Weibe Haus. Presidential Elections in den USA*, numero 1/2002 volume III, pp. 130-133 (Gunther Pallaver)

Gerstlé Jacques (2004). *La communication politique*, numero 2/2006 volume VII, pp. 397-398 (Donatella Campus)

Gibson Rachel K., Römmele Andrea, Ward Stephan J. (a cura di) (2004). *Electronic Democracy. Mobilisation, organisation and participation via new lcts*, numero 1/2006 volume VII, pp. 169-171 (Fortunato Musella)

Hallin Daniel e Mancini Paolo (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics; Modelli di giornalismo. Mass Media e politica nelle democrazie occidentali*, numero 2/2005 volume VI, pp. 317-319 (Enrico Morresi)

Holmes David (a cura di) (1997). *Virtual politics: Identità and Community in Cyberspace*, numero 2/2000 volume I, pp. 309-312 (Federico Boni)

Itanes (2001). *Perché ha vinto il centro destra. Oltre la mera conta dei voti: chi, come, dove, perché*, numero 1/2002 volume III, pp. 127-130 (Carlo Marletti)

Lessig Lawrence (2005). *Cultura Libera. Un equilibrio fra anarchia e controllo, contro l'estremismo della proprietà intellettuale*, numero 1/2006 volume VII, pp. 171-173 (Tommaso Ederoclite)

Norris Pippa (2000). *A Virtuous Circle. Political Communication in Postindustrial Societies*, numero 1/2002 volume III, pp. 134-136 (Donatella Campus)

Novelli Edoardo (2000). *C'era una volta il PCI*, numero 2/2001 volume II, pp. 258-261 (Mario Rodriguez)

Novelli Edoardo (2006). *La turbopolitica*, numero 2/2006 volume VII, pp. 403-404 (Mario Rodriguez)

Ottaviano Chiara e Soddu Paolo (a cura di) (2000). *La politica sui muri 1945/1992*, numero 2/2001 volume II, pp. 258-261 (Mario Rodriguez)

Pagnoncelli Nando (2001). *Opinioni in percentuale. I sondaggi tra politica e informazione*, numero 2/2001 volume II, pp. 263-265 (Carlo Marletti)

Parry-Giles Shawn J. e Trevor (2002). *Constructing Clinton. Hyperreality & Presidential Image-Making in Postmodern Politics*, numero 2/2004 volume V, pp. 365-367 (Luciano Fasano)

Pasquino Gianfranco (a cura di) (2002). *Dall'Ulivo al governo Berlusconi. Le elezioni del 13 maggio 2001 e il sistema politico italiano*, numero 2/2002 volume III, pp. 309-312 (Roberto Biorcio)

Perri 6 (2004). *E-governance. Styles of political judgment in the information age polity*, numero 1/2006 volume VII, pp. 173-174 (Annarita Criscitiello)

Pezzini Isabella (2001). *Lo spot elettorale*, numero

2/2001 volume II, pp. 261-263 (Teresa Perrucci)

Pizzorno Alessandro (1998). *Il potere dei giudici. Stato democratico e controllo della virtù*, numero 1/2000 volume I, pp. 121-123 (Daniela Vellutino)

Plasser Fritz e Gunda (2002). *Global Political Campaigning. A Worldwide Analysis of Campaign Professionals and Their Practices*, numero 2/2003 volume IV, pp. 229-233 (Luciano Fasano)

Poli Emanuela (2001). *Forza Italia. Strutture, leadership e radicamento territoriale*, numero 2/2002 volume III, pp. 306-309 (Mario Rodriguez)

Richardson Jr. Glenn W. (2003). *Pulp Politics. How Political Advertising tells the Stories of American Politics*, numero 2/2004 volume V, pp. 367-369 (Federico Boni)

Rodgers Jayne (2003). *Spatializing international politics: analysing activism on the Internet*, numero 1/2006 volume VII, pp. 175-177 (Mauro Santaniello)

Rovinetti Alessandro (a cura di) (2004). *I democratici di sinistra e la comunicazione politica*, numero 2/2005 volume VI, pp. 321-324 (Rossana Sampugnaro)

Santulli Francesca (2005). *Le parole del potere. Il potere delle parole Retorica e discorso politico*, numero 2/2006 volume VII, pp. 400-401 (Stefano Gensini)

Sartori Giovanni (1999). *Homo videns. Televisione e post-pensiero*, numero 1/2000 volume I, pp. 119-121 (Giorgio Grossi)

Scandaletti Paolo (2003). *Come parla il potere. Realtà e apparenze della comunicazione pubblica e politica*, numero 2/2003 volume IV, pp. 237-239 (Cristian Vaccari)

Schudson Michael (1998). *The good citizen. A history of American civic life*, numero 1/2000 volume I, pp. 123-125 (Paolo Mancini)

Thompson John B. (2000). *Political scandal. Power and visibility in the media age*, numero 1/2001 volume II, pp. 121-125 (Christopher Cepernich)

Tonello Fabrizio (1999). *La nuova macchina dell'informazione. Culture, tecnologie e uomini nell'industria americana dei media*, numero 2/2000 volume I, pp. 312-314 (Federico Boni)

Vidal Beneyto José (sotto la direzione di) (2002). *La ventana global. Ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático*, numero 2/2003 volume IV, pp. 234-237 (Christopher Cepernich)

Zassoursky Ivan (2004). *Media and power in post-soviet Russia*, numero 2/2005 volume VI, pp. 324-326 (Giovanni Zavaritt)

Rassegne

Bouillaud Cristophe, Holtz-Bacha Christina, Sampugnaro Rossana, Bibliografia sulla professionalizzazione della politica (1995-2001), numero 1/2001 volume II, pp. 138-141

Campus Donatella, La comunicazione politica di

Berlusconi. Percorsi di lettura, numero 1/2004 volume V, pp. 179-189

Sampugnaro Rossana, Bibliografia italiana sulla comunicazione politica: Dieci anni di comunicazione politica (1990-1999), numero 1/2000 volume I, pp. 141-144

Zuccarini Monica, Tra e-democracy ed e-government: definizioni e percorsi di ricerca, numero 1/2006 volume VII, pp. 151-168

Cinema politico - recensioni

Biorcio Roberto, Il sequestro Moro, numero 2/2003 volume IV, pp. 243-245

Brevini Benedetta, Our Brand is Crisis, numero 2/2005 volume VI, pp. 331-332

Colombo Fausto, Good Night, and Good Luck, numero 2/2006 volume VII, pp. 408-409

Escobar Roberto, Il Caimano, numero 2/2006 volume VII, pp. 405-407

Farinotti Luisella, Paesaggio con rovine, numero 1/2003 volume IV, pp. 100-104

Ferrari Federica, Vendere la guerra in Iraq, numero 2/2005 volume VI, pp. 327-330

Sioli Marco, Da attore a governatore (della California), numero 2/2004 volume V, pp. 373-376

Risorse Internet

Bertola Renato, I siti dell'odio in Internet, numero 2/2004 volume V, pp. 381-382

Cacciotto Marco, Guerra e informazione, numero 1/2003 volume IV, pp. 110-113

Cacciotto Marco, Web e mobilitazione politica, numero 2/2002 volume III, pp. 318-319

Miani Mattia, La politica europea a portata di click, numero 1/2002 volume III, pp. 143-144

Miani Mattia, Le elezioni presidenziali USA 2000: materiali di studio disponibili in rete, numero 2/2001 volume II, pp. 272-273

Santaniello Mauro, Progetti on-line di democrazia elettronica, numero 1/2006 volume VII, pp. 189-200

Vaccari Cristian, La campagna 2006 sul web, numero 2/2006 volume VII, pp. 410-411

Vaccari Cristian, Il populismo in Internet, numero 2/2003 volume IV, pp. 252-254

Vittadini Nicoletta, Consulenza e marketing politico on web, numero 1/2001 volume II, pp. 134-137

Vittadini Nicoletta, L'informazione sulla campagna presidenziale USA 2000, numero 1/2000 volume I, pp. 139-140

Videopolitica/data & trends Monitor a cura dell'Osservatorio Cares di Pavia

Chi parla dei leader: gli alter di Berlusconi e Rutelli

nei telegiornali, numero 2/2002 volume III, pp. 320-326

Come è cambiata l'agenda dopo l'11 settembre, numero 2/2001 volume II, pp. 274-280

Di che cosa hanno parlato i politici nei Tg Rai (11 Giugno 2001-10 Gennaio 2002), numero 1/2002 volume III, pp. 145-150

Il semestre italiano di presidenza Ue: opportunità o crisi del grande comunicatore, numero 2/2003 volume IV, pp. 255-262

Il tema dell'immigrazione nei telegiornali del prime time, numero 1/2001 volume II, pp. 142-147

La politica nei telegiornali serali (gennaio-settembre 1999), numero 1/2000 volume I, pp. 145-150

La presenza dei politici nei programmi di informazione Rai e Mediaset: la campagna elettorale per le Europee, numero 2/2004 volume V, pp. 383-387

La visibilità delle donne nella comunicazione politica televisiva, numero 2/2000 volume I, pp. 331-337

Note in margine alla rappresentazione televisiva della campagna elettorale per le elezioni politiche 2006: la normativa, l'offerta di generi e il monitoraggio, numero 2/2006 volume VII, pp. 416-422

Rappresentazione della giustizia e sua tematizzazione in un anno di telegiornali (2002), numero 1/2003 volume IV, pp. 114-120

Sondopolitica/data & trends Monitor a cura di Abacus

Gli elettori e la campagna delle regionali, numero 2/2005 volume VI, pp. 341-346

Il "potere" dei sindacati, numero 2/2002 volume III, pp. 327-330

Indicatori di populismo e scelta di voto, numero 2/2003 volume IV, pp. 263-266

La fiducia nei leader politici italiani, numero 1/2001 volume II, pp. 148-153

Le preferenze Tv nella campagna elettorale, numero 2/2001 volume II, pp. 281-284

Gli elettori, il clima d'opinione e la campagna elettorale, numero 2/2006 volume VII, pp. 412-415

Media e politica: Le opinioni degli elettori, numero 2/2000 volume I, pp. 338-342

Media e politica: Un giudizio comparato, numero 1/2000 volume I, pp. 151-154

Sondaggi pre-elettorali e impatto mediatico, numero 1/2002 volume III, pp. 151-155

Voto e preferenze Tv: il nuovo corso alla prova delle Europee, numero 2/2004 volume V, pp. 388-392

Voto e preferenze Tv: un nuovo corso, numero 1/2003 volume IV, pp. 121-124