

CALL FOR PAPER

Compol n.1/2019: Le elezioni politiche del 2018: tra tradizione e innovazione

Editors:

Sara Bentivegna (Università di Roma La Sapienza),
Paolo Natale (Università degli Studi di Milano)

Le consultazioni politiche del 2018 hanno rappresentato forse il punto di svolta della storia elettorale italiana: cambia radicalmente la geografia elettorale e sembra mutare nel contempo una delle principali dicotomie che avevano governato le motivazioni di voto nella cosiddetta seconda repubblica, quella tra destra e sinistra o, se vogliamo, tra berlusconismo e anti-berlusconismo. All'indomani del voto del 4 marzo, pare si stia creando una sorta di nuovo bipolarismo che potrebbe avere anche una portata storica, rivelandosi come il primo tassello di una grande svolta della, e nella, politica italiana. È possibile cioè che l'assetto della competizione politica futura, con i partiti tradizionali (come il Pd) e anche i cosiddetti partiti del leader (come Forza Italia) sul viale del tramonto, si configuri secondo modalità inedite sia sul lato dell'offerta che su quello della domanda dei cittadini. Nell'ultimo decennio, l'approccio al voto degli elettori pare essere mutato in maniera sostanziale, soprattutto in due aspetti principali, tra loro interconnessi: la volatilità elettorale e il pragmatismo delle scelte elettorali. Tramontate già da tempo le tradizionali appartenenze sub-culturali, proprie della prima repubblica, in progressivo declino i riferimenti ideologici, soprattutto la forte contrapposizione tra la visione del mondo del berlusconismo e quella della sinistra, il cittadino si trova ad operare scelte elettorali che rispondono sostanzialmente a due fattori: l'alterità nei confronti della classe politica e la richiesta di maggior livelli di sicurezza sociale ed economica. In una situazione in cui la precedente storia elettorale (individuale o collettiva) sembra contare sempre meno, diventano pertanto cruciali, per la scelta di voto, i contenuti delle nuove proposte politiche e la capacità di comunicarle da parte dei leader dei diversi partiti nonché di imporle al centro dell'agenda pubblica. All'interno di un mercato elettorale così aperto, è doveroso chiedersi pertanto quali siano i fattori e gli stili comunicativi che riescono a convincere maggiormente l'elettorato, che riescono a veicolare la risposta ai bisogni (espresi e latenti) dei cittadini italiani, e quali funzionano meglio nelle diverse aree territoriali e sociali da cui è composto il paese.

Alla luce di queste premesse, i contributi scientifici attesi potranno affrontare alcuni dei seguenti temi, la cui lista è solo esemplificativa e non esaustiva:

- le dinamiche nazionali e locali della campagna elettorale
- le determinanti della scelta di voto (comunicazione, tematiche, accountability, ecc.)
- la costruzione dell'agenda pubblica e la moltiplicazione delle agende
- la comunicazione politica dei partiti e dei leader
- la campagna e la partecipazione in rete
- il ruolo dell'informazione nella costruzione del clima d'opinione, con particolare attenzione alle fake news
- il ruolo dei social network e delle echo chambers nelle scelte elettorali
- la personalizzazione della politica

Le proposte (8-10mila caratteri esclusa la bibliografia) dovranno illustrare gli obiettivi del paper, le ipotesi della ricerca e la metodologia adottata. Esse dovranno pervenire entro il 31 maggio 2018 a rivista@compol.it a sara.bentivegna@uniroma1.it e a paolo.natale@unimi.it. Entro il 15 giugno avverrà la selezione dei proposal. La deadline per la consegna dei manoscritti è il 30 settembre. I manoscritti saranno sottoposti a un processo di doppio referaggio cieco.

CALL FOR PAPER

Compol n.1/2019: The 2018 Italian general election: between tradition and innovation

Editors:

Sara Bentivegna (Università di Roma La Sapienza),
Paolo Natale (Università degli Studi di Milano)

The 2018 general election has perhaps represented a turning point in Italian voting history: the electoral geography has radically changed and at the same time there seems to be a shift in one of the main dichotomies that had influenced the voting motivations during the so-called Second Republic: the one between Right and Left or, to put in other words, between Berlusconiism and anti-Berlusconiism.

In the aftermath of the March 4 vote there seems to be a sort of new two-party system in the making, one that could have an historical significance as the first step of a major turning point in Italian politics. There is in fact a chance that the structure of the political competition to come, with the traditional parties (such as the Democratic Party) and the so-called parties of the Leader (such as Forza Italia) in their declining days, will be configured according to unusual ways both on the supply and on the citizens' demand sides.

In the past decade, the voters' approach seems to have been changing significantly, especially with regard to two main interconnected aspects: the volatility of voting choices and their pragmatism. In a time when traditional subcultural affiliations to parties, typical of the First Republic, are long gone, and ideological reference points have been gradually declining - above all the strong opposition between Berlusconiism and the Left's world view - the citizens make voting choices that respond to two main factors: the feeling of otherness towards the political class and the demand for greater levels of social and economic security.

In a scenario that sees the previous electoral history - personal or collective - less and less significant, what becomes crucial for the voting choice are the contents of the new political proposals and their leaders' ability to communicate them and impose them at the center of the public agenda. Within such an open electoral market, we must therefore ask ourselves which are the factors and communication styles that are more able of convincing the voters, which ones are more able of conveying an answer to the (expressed and latent) needs of Italian citizens, and which ones work better in the different territorial and social areas that make up the country.

In the light of these premises, the scientific contributions we are expecting to receive might deal with some of the following topics, the list of which is only illustrative and not exhaustive:

- the national and local dynamics of the electoral campaign
- the decisive causes of voting choices (communication, issues, accountability, etc.)
- the building of the public agenda and the multiplying of agendas
- the political communication of parties and their leaders'
- the online participation to the campaign
- the role of the media in the building of the opinion climate, with particular focus on fake news
- the role of social networks and echo chambers in voting choices
- the personalization of politics

The proposals (8,000 to 10,000 characters excluding bibliography) should describe the aims of the paper, the research hypotheses and the adopted methodology. They will have to be sent by May, 31st 2018 to rivista@compol.it to sara.bentivegna@uniroma1.it and to paolo.natale@unimi.it. Proposals will be selected by June 15th. Manuscripts are due by September 30th and they will undergo a double-blind peer-review process.