

La comunicazione politica in (tempi di) crisi

Convegno dell'Associazione Italiana di Comunicazione Politica (AssoComPol)

Bologna, 30 Giugno - 1 Luglio 2022

Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali – Università di Bologna

L'idea che la comunicazione politica attraversi una prolungata fase di crisi è stata avanzata già a partire dagli anni Novanta del secolo scorso da personalità autorevoli della disciplina. Jay Blumler (1997) definiva questa crisi come la consapevolezza che le pratiche della comunicazione politica dovevano cambiare radicalmente affinché essa potesse mantenere le funzioni fondamentali di «communication for citizenship» che le erano state attribuite nei contesti democratici.

All'alba del nuovo millennio, la crescente centralità delle piattaforme digitali negli «ecosistemi della comunicazione politica» (Esser e Pfetsch 2020) ha dato ulteriore impulso alla percezione di una crisi del campo e della disciplina; una crisi intesa anche come instabilità, eterogeneità e «caos» (McNair 2006). Questa idea si ritrova anche alla base della teorizzazione di Andrew Chadwick (2013) rispetto alla riconfigurazione «ibrida» dei sistemi mediali. Chadwick ha proposto la visione di una «crisi permanente» ma non necessariamente negativa, pur mettendone in luce alcune disfunzionalità.

La seconda metà degli anni Dieci è stata invece caratterizzata da una nuova fase di pessimismo, che ha portato ricercatrici e ricercatori ad attrezzarsi per lo studio della comunicazione politica in «tempi di crisi» (Davis 2019). Si è assistito, infatti, al collasso definitivo della fiducia nelle élite politiche e mediali, all'affermazione di nazionalismi e populismi, al crescente *overload* informativo e alla «balcanizzazione» dei regimi di verità.

Infine la pandemia di Covid-19. Una crisi sanitaria diventata politica, economica e sociale che ha attribuito una nuova cornice all'idea di crisi. L'emergere di un'inedita sovrapposizione quasi totale tra comunicazione politica e comunicazione di crisi ha prodotto uno shock generalizzato che ha investito anche il nostro campo di studi. Tutti gli attori della comunicazione politica e istituzionale, infatti, hanno dovuto misurarsi direttamente con la gestione dell'incertezza strutturale della seconda modernità (Beck 1986).

L'esperienza globale della pandemia impone dunque a chi studia e a chi pratica la comunicazione politica di confrontarsi con un rinnovato concetto di crisi. In questo momento storico è ancora più evidente come sia necessario evitare la tentazione di rifugiarsi in schieramenti opposti tra ottimisti e pessimisti.

Affrontare il tema della crisi della comunicazione politica, nella sua accezione plurale, significa dunque interpretarla come una sfida e farsi carico nella necessità di scoprire nuove lenti teoriche, sviluppare nuovi metodi per la ricerca, elaborare nuova conoscenza per ridefinire cosa sia rilevante per questo campo di studi. La pandemia, infatti, ha evidenziato una diffusa difficoltà nell'elaborazione di teorie e concetti solidi, fondati su evidenze empiriche e non solo sulla loro efficacia didascalica. Al tempo stesso, ha reso ancora più manifesta l'urgenza di una ricerca che possa contribuire alla comprensione dei fenomeni politici e sociali contemporanei senza basarsi esclusivamente sulla quantità dei dati raccolti, ma anche sulla loro qualità.

A partire da queste riflessioni incoraggiamo l'invio di contributi che considerino l'idea di crisi per riflettere sulle sfide che la ricerca sulla comunicazione politica si trova ad affrontare nell'età pandemica a livello teorico ed empirico, utilizzando diversi approcci metodologici e disegni di ricerca (quantitativi, qualitativi e *mixed-methods*). I temi possibili (ma non esclusivi) sono:

- la natura delle economie dell'attenzione e le dinamiche di costruzione dell'agenda pubblica negli ecosistemi mediali contemporanei, con particolare riferimento al periodo pandemico;
- l'organizzazione delle campagne elettorali in momenti di eccezionalità rispetto alle consuete norme e pratiche democratiche (e.g. lockdown, distanziamento fisico);
- le tendenze emerse negli stili di comunicazione e di leadership politica durante la pandemia e le loro implicazioni nella relazione con gli altri attori dello spazio pubblico;
- l'emergere di nuove forme di comunicazione politica extra-istituzionale legate a proteste, movimenti sociali e attori della società civile attivi durante la pandemia;
- la crescente politicizzazione della scienza, della sanità e della loro comunicazione nella sfera pubblica, con particolare riferimento al rapporto tra democrazia, libertà di espressione, interesse collettivo e salute pubblica;
- le trasformazioni e le degenerazioni del dibattito pubblico nelle diverse arene mediali con particolare riferimento alla dimensione civiltà/inciviltà e ai processi di polarizzazione;
- il ruolo di diversi tipi di dati, delle piattaforme e degli algoritmi nei processi di comunicazione politica e di informazione giornalistica da parte di attori istituzionali ed extraistituzionali;
- le trasformazioni e le crisi del giornalismo politico contemporaneo, con particolare attenzione ai confini tra giornalismo e altre forme di informazione, promosse da attori non strettamente legati alla sfera del giornalismo tradizionale;
- l'impatto dell'IA sulle trasformazioni della comunicazione politica e del giornalismo;
- proposte metodologiche ed elaborazioni teoriche per affrontare le trasformazioni della comunicazione politica generatesi o emerse in seguito all'esperienza pandemica, anche in chiave comparativa.

Sebbene il tema portante del convegno riconosca centralità alle diverse possibili declinazioni del concetto di «crisi», sono benvenuti anche i paper riguardanti altri aspetti delle relazioni fra media e politica, così come i lavori di studentesse/studenti di dottorato e giovani ricercatrici e ricercatori.

Le proposte di paper devono includere: nome, affiliazione e indirizzo email, un titolo e un *extended abstract* (600/800 parole bibliografia esclusa). I e le proponenti dovranno anche indicare esplicitamente se richiedono che il paper venga preso in considerazione, dopo il convegno, per la pubblicazione sulla rivista "Comunicazione Politica". A parità di valutazione da parte dei referee, gli autori e le autrici che hanno indicato questa opzione avranno priorità nella selezione per il convegno.

Informazioni utili su come scrivere un abstract per i convegni di AssoComPol sono disponibili nella sezione "Abstract instructions" su sito web di AssoComPol:

<https://www.compol.it/eventi/convegno/convegno-2022/>

- Le proposte di paper devono includere: Titolo, Nome degli autori/autrici, Affiliazione con email, *extended abstract* di 600/800 parole esclusa bibliografia, bibliografia, 3 parole-chiave.
- Termine per l'invio delle proposte: **13 marzo** all'indirizzo: <https://www.compol.it/call-for-abstracts-convegno-2022/>
- Notificazione di accettazione: **1 maggio**
- I paper completi dovranno essere inviati entro il **15 giugno** nella **paper room del convegno** (accessibile previo login)

Comitato scientifico: Francesco Amoretti, Christopher Cepernich, Alice Fubini, Alice Mattoni, Melissa Mongiardo, Gianpietro Mazzoleni, Marco Mazzoni, Augusto Valeriani.

Organizzatori locali: Alice Fubini, Alice Mattoni, Augusto Valeriani.