

Beyond digital political communication: platforms, algorithm and automation

Convegno dell'Associazione Italiana di Comunicazione Politica (AssoComPol)

Torino, 8-10 Giugno 2023

Dipartimento di Culture, Politica e Società | Università di Torino

La comunicazione politica attraversa una fase di profonda trasformazione. La digitalizzazione degli ambienti comunicativi può dirsi ormai compiuta e il nuovo paradigma porta con sé nuove sfide. La *piattaformizzazione* della società e del web attraverso i suoi elementi costitutivi - dati, algoritmi, automazioni e interfacce (Van Dijk et al., 2018) - ha toccato il valore pubblico della comunicazione e dell'informazione.

La *datificazione* investe diversi campi della società e incide sempre più sia sulla produzione che sulla comunicazione delle politiche pubbliche, modificando il rapporto tra gli attori e i processi. Il parallelo sviluppo delle tecnologie informatiche ha consentito l'applicazione di nuove metodologie analitiche per l'investigazione dei fenomeni sociali attraverso il monitoraggio di comportamenti e azioni che altrimenti sarebbe stato difficile rilevare (Theocharis & Jungherr, 2020). Spesso, però, i dati prodotti da cittadini/utenti e dalle loro interazioni, non sono facilmente e/o completamente accessibili soprattutto a causa della convergenza tra la logica proprietaria delle piattaforme e la tutela della privacy, che, insieme, hanno portato ulteriori restrizioni all'accesso anche per le istituzioni accademiche (Persily & Tucker, 2020).

Se i dati sono ciò che alimenta le piattaforme, gli algoritmi sono ciò che ne consente e regola il funzionamento. Nel campo della comunicazione, gli algoritmi rappresentano la manifestazione e gli esiti della *media logic* e di come questa viene percepita e interpretata dai soggetti che contribuiscono allo sviluppo e alla messa in opera degli algoritmi (Klinger & Svensson, 2018). In questo contesto, lo sviluppo di tecnologie generative sempre più avanzate come Chat GPT pone interrogativi, sia da un punto di vista etico, sia rispetto agli usi delle piattaforme in relazione alle tecnologie di intelligenza artificiale.

L'azione degli algoritmi ha da sempre suscitato l'attenzione della ricerca sociale sui rischi e sulle possibili conseguenze, come ad esempio la polarizzazione e la radicalizzazione del dibattito pubblico. Attualmente, però, concetti di successo come *echo chambers* (Sunstein, 2002) e *filter bubble* (Pariser, 2011) sembrano essere sempre meno adeguati alla spiegazione della complessità dell'interconnessione tra piattaforme e utenti. I processi di polarizzazione, infatti, appaiono maggiormente legati alla eterogeneità delle opinioni incontrate sulle piattaforme piuttosto che all'azione di camere dell'eco (Tucker et al., 2018). Inoltre, l'azione delle piattaforme sembra ampliare il range di fonti informative a cui i cittadini/utenti sono esposti (Barberá, 2020) contrariamente a "rinchiuderli" in bolle autoreferenziali. Alla luce di queste considerazioni, il successo di Tik Tok, basato sulla logica algoritmica di selezione dei "Per te" (Newman, 2022) pone nuovi e ulteriori interrogativi per i principali attori della comunicazione politica.

Collegate alle dinamiche di polarizzazione sono anche le manifestazioni di intolleranza, odio e inciviltà (Mason, 2018) che ripropongono e amplificano disuguaglianze strutturali e bias di genere, religiosi, etnici, ecc. Questi processi appaiono sempre più presenti nel dibattito pubblico online, soprattutto in corrispondenza di specifici eventi politici e policy controverse (Theocharis et al., 2022). In questo caso il ruolo principale delle piattaforme sembra essere quello di amplificarne la visibilità, ma anche le possibilità di rilevazione e analisi grazie all'utilizzo di metodi computazionali (Theocharis & Jungherr, 2020).

Anche la diffusione di mis/dis-informazione è spesso collegata all'uso delle piattaforme, per quanto, tra le cause principali vi è il modo in cui questa viene “confezionata” (Vosoughi & Aral, 2018) oltre che il supporto di campagne coordinate online (Keller et al., 2019). La capacità di influenzare attitudini e comportamenti, inoltre, dipende soprattutto dall'allineamento a convinzioni politiche, morali, etc. preesistenti (Freelon & Wells, 2020) e dal grado di *partisanship* (Druckman et al., 2021). All'interno dell'ecosistema ibrido non risultano immuni da questi processi neanche i media tradizionali, spesso costretti a rincorrere un flusso informativo sempre più veloce e difficilmente verificabile.

Il processo di *piattaformizzazione* della comunicazione ha inciso anche sulla produzione informativa e sulla professione giornalistica. La predominanza delle piattaforme, infatti, ha modificato le modalità attraverso le quali gli utenti ricevono l'informazione (Nielsen & Fletcher, 2020). Le notizie condivise sulle piattaforme social, però, sono ritenute generalmente meno credibili, andando a incidere a lungo termine sulla fiducia nei media (Karlsen & Aalberg, 2021). Inoltre, i processi di adattamento dell'informazione alle logiche algoritmiche hanno un ruolo rilevante nella crescente *news avoidance* (Skovsgaard & Andersen, 2019) e stanno modificando sempre più il newsmaking e l'editoria, anche in relazione ai media tradizionali nel tentativo di rimanere competitivi (Newman, 2023).

Infine, tutti questi processi si svolgono in uno scenario radicalmente modificato da eventi drammatici quali la pandemia e la guerra in Ucraina. Le portate di tali eventi, da un lato ha accelerato enormemente la digitalizzazione dell'ecosistema informativo (Newman, 2022), dall'altro ha offerto la possibilità ad attori *outsider* e nuovi canali informativi di competere con le élite tradizionali mettendo ulteriormente in discussione ruoli e rapporti di potere (Van Aelst & Blumler, 2022).

A partire da questo framework la *call for papers* ricerca contributi che indaghino l'impatto dei processi di *piattaformizzazione* sui campi della comunicazione politica, del giornalismo e di tutte le altre forme di comunicazione. Sono ritenute d'interesse indagini che abbiano ad oggetto fenomeni e forme comunicative native digitali, ma anche quelle tradizionali con relative modalità di adattamento ai nuovi ambienti digitali piattaforma. Sono accettati paper di analisi teorica ed empirica, con disegni di ricerca e metodologie qualitative, quantitative e *mixed methods*.

Sono temi significativi, benché non di interesse esclusivo:

- i cambiamenti intervenuti e i nuovi scenari della comunicazione nel sempre più stretto e complesso rapporto tra comunicazione politica e piattaforme;
- strategie di comunicazione politica e di governo, campagne elettorali e voto in contesti nazionali e internazionali;
- il ruolo dei dati, delle piattaforme, degli algoritmi e delle automazioni (IA, bot, ecc.) nei processi di comunicazione politica e di informazione giornalistica da parte di attori istituzionali ed extraistituzionali;

- le policy di accesso ai dati a fini di ricerca, di campagna elettorale, di profilazione del messaggio comunicativo; la trasparenza delle piattaforme e le relative tensioni con il paradigma della privacy;
- le tendenze emerse negli stili di comunicazione di leadership e partiti in un ecosistema comunicativo ibrido e piattafomizzato;
- l'infrastrutturazione tecnologica della partecipazione politica (partiti digitali, reti, influencer, meme, ugc);
- l'emergere di nuovi repertori di comunicazione politica extra-istituzionale legati a proteste, movimenti sociali e attori della società civile;
- le trasformazioni e la controversialità del dibattito pubblico con riferimento ai processi di polarizzazione ideologica e affettiva, inciviltà e alle forme di discriminazione online e offline;
- le trasformazioni e le crisi del giornalismo contemporaneo, con particolare attenzione alla crescita del fenomeno di *news avoidance*;
- tecniche di (computational) propaganda e mis/dis-informazione negli scenari di conflitto e trasformazioni delle coperture giornalistiche nei contesti di guerra
- proposte metodologiche ed elaborazioni teoriche per affrontare le trasformazioni della comunicazione politica generatesi nell'intersezione tra uso delle piattaforme e datificazione della comunicazione.

Le proposte di paper devono includere: nome, affiliazione e indirizzo email, un titolo e un extended abstract con referenze bibliografiche (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" nella pagina dedicata al Convegno 2023 <https://www.compol.it/eventi/convegno/convegno-2023/>

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: **4 aprile 2023** all'indirizzo <https://www.compol.it/call-for-abstracts-convegno-2023/>

Notifica di accettazione: entro il **27 aprile**

I **paper completi** dovranno essere inviati entro il **1 giugno nella paper room del convegno** (accessibile previo login)

Comitato scientifico: Sara Bentivegna, Christopher Cepernich, Marco Mazzoni, Gianpietro Mazzoleni, Marinella Belluati

Comitato locale: Marinella Belluati, Cecilia Biancalana, Giuliano Bobba, Christopher Cepernich, Liziane Soares Guazina, Daria Loreti, Antonio Martella, Moreno Mancosu, Franca Roncarolo, Antonella Seddone, Giuseppe Tipaldo, Federico Vegetti.

Segreteria organizzativa: Melissa Mongiardo, Antonio Martella, Cesar Crisosto, Celeste Satta.