

Media and politics: Reconfiguring authority and trust

Convegno annuale dell'Associazione Italiana di Comunicazione Politica (AssoComPol)

Milano, 3-5 luglio 2025

Dipartimento di Scienze Sociali e Politiche | Università di Milano “Statale”

Negli ultimi anni, la comunicazione politica ha subito una profonda trasformazione, influenzata dall'innovazione mediatica, dall'evoluzione delle aspettative pubbliche e dai cambiamenti nelle dinamiche socio-politiche (Humprecht et al., 2022; Štětka & Mihelj, 2024). Le strutture tradizionali dell'autorevolezza vengono ridefinite da nuovi attori e piattaforme, che incidono su chi esercita influenza e credibilità nella sfera pubblica (Bartsch et al., 2022; Carlson, 2017). La fiducia – essenziale per i processi e il discorso democratico – è diventata un tema centrale, poiché i pubblici navigano in un ecosistema informativo frammentato e contestato. Contemporaneamente, la fiducia politica affronta sfide significative, con una polarizzazione crescente e un aumento dello scetticismo verso gli attori istituzionali. Questi sviluppi spingono a interrogarsi sulle dinamiche in evoluzione di fiducia e autorevolezza: chi viene considerato affidabile, come si costruisce e si mantiene la fiducia e come si conferisce e si legittima l'autorità nei contesti politici mediati. Esplorando questi interrogativi, è possibile comprendere meglio i meccanismi che sostengono una sfera pubblica funzionante e individuare percorsi per rafforzare la resilienza democratica in un'epoca di rapidi cambiamenti.

La fiducia nei media rappresenta una dimensione cruciale della comunicazione politica, includendo la fiducia del pubblico nell'accuratezza, equità e affidabilità dei media informativi. Come sottolineato da Strömbäck et al. (2020), la fiducia nei media influenza significativamente il modo in cui gli individui interagiscono con i contenuti mediatici, modellando i comportamenti di consumo mediatico e la formazione dell'opinione pubblica. Tsfaty et al. (2022) sostengono che la ricerca debba andare oltre le nozioni generali di fiducia nei media per esplorare la fiducia tematica, ovvero come la fiducia varia in base a temi specifici e contesti. Questo approccio non solo rivela la complessità delle percezioni del pubblico, ma fornisce anche un quadro più ricco per analizzare il ruolo della fiducia nel mitigare le percezioni errate e promuovere un discorso pubblico informato. Studi recenti (Garusi e Leonhardt, 2024) propongono una comprensione processuale della fiducia, evidenziando che la costruzione della fiducia è un processo dinamico e iterativo, piuttosto che una condizione statica (vedi anche Eyal, 2024). Questa prospettiva sottolinea l'importanza di esaminare come la fiducia si sviluppi attraverso interazioni continue tra organizzazioni mediatiche e pubblico, specialmente in contesti che enfatizzano trasparenza e giornalismo costruttivo.

La legittimità e la stabilità dei sistemi democratici non dipendono solo dalla fiducia nei media, ma anche da livelli più generalizzati di fiducia politica, definita in senso ampio come la fiducia dei cittadini nelle istituzioni e negli attori politici. In un'epoca di crescente polarizzazione e scetticismo istituzionale, comprendere i fattori che influenzano la fiducia politica è diventato fondamentale, e la fiducia nei media emerge come un determinante chiave in questa equazione, poiché i media rappresentano il principale canale attraverso il quale i cittadini entrano in contatto con le informazioni politiche. Come evidenziano Hanitzsch, Van Dalen e Steindl (2018), la fiducia del pubblico nei media e la fiducia politica sono profondamente intrecciate, spesso rafforzandosi o indebolendosi reciprocamente. Un calo della fiducia nei media può erodere la fiducia negli attori politici, mentre lo scetticismo verso la politica può amplificare i dubbi sulla credibilità dei media. Questa connessione sottolinea l'importanza di esaminare

la fiducia come un fenomeno multidimensionale, in cui l'interazione tra media e politica plasma le dinamiche dell'opinione pubblica e l'impegno democratico.

L'autorevolezza è un concetto fondamentale per comprendere la struttura e le dinamiche del discorso pubblico. Come esplorato da Carlson (2017), l'autorevolezza rappresenta la capacità di essere riconosciuti come una fonte legittima di conoscenza o potere in un determinato contesto, spesso condizionata da norme sociali, strutture istituzionali e aspettative culturali. Nell'era digitale, l'autorevolezza giornalistica – storicamente radicata in norme professionali e prestigio organizzativo – affronta sfide significative. La democratizzazione della produzione e diffusione dell'informazione ha sconvolto le gerarchie tradizionali, costringendo il giornalismo a ridefinire continuamente la propria legittimità di fronte a una crescente competizione da parte di attori e piattaforme non tradizionali. Il lavoro di Carlson evidenzia l'importanza di considerare l'autorevolezza non come una proprietà statica, ma come un processo dinamico plasmato dalle interazioni tra giornalismo, pubblici e il più ampio ecosistema informativo.

A partire da questa prospettiva, Bartsch et al. (2024) introducono il concetto di autorità epistemica nella sfera pubblica digitale, sottolineando il ruolo della credibilità nella negoziazione delle affermazioni di verità. Il loro framework evidenzia la complessità della costruzione di autorevolezza in un panorama mediatico frammentato, in cui la fiducia deve essere guadagnata e mantenuta attraverso pubblici diversificati e talvolta polarizzati. Wahl-Jorgensen (2024) sviluppa ulteriormente questa discussione esplorando come il giornalismo imprenditoriale utilizzi la conoscenza locale per affermare la propria autorità epistemica, dimostrando le strategie evolutive impiegate dagli attori mediatici per legittimare le proprie affermazioni. Infine, Vos e Thomas (2018) sottolineano la natura discorsiva dell'autorevolezza giornalistica nell'era della "post-verità", in cui i confini tradizionali dell'expertise sono sempre più contestati. Questi approcci evidenziano l'urgenza di analizzare l'autorevolezza come un fenomeno relazionale e contestuale, in particolare per quanto riguarda le sue implicazioni sulla fiducia pubblica e sul funzionamento del discorso democratico.

Tuttavia, nonostante la loro centralità, i concetti di fiducia nei media e nella politica e le loro interconnessioni con il "conferimento" di autorevolezza restano inesplorati in alcune aree chiave. La ricerca attuale spesso trascura la natura dinamica e relazionale della fiducia, non riuscendo a considerare adeguatamente come essa si evolva nel tempo e nei diversi ecosistemi mediatici. Inoltre, gli studi non hanno ancora integrato pienamente l'impatto delle piattaforme digitali e algoritmicamente guidate, che hanno ridefinito i confini dell'autorevolezza e della credibilità giornalistica. Diventa cruciale, quindi, sviluppare nuovi quadri concettuali che affrontino queste lacune, enfatizzando l'interazione tra fattori strutturali – come i modelli di proprietà e gli ambienti normativi – e percezioni individuali influenzate da identità, ideologia ed esperienze vissute.

A partire da questo framework, o andando oltre di esso, si incoraggia la presentazione di contributi che indaghino le tendenze legate alla fiducia e all'autorevolezza di media e politica, così come le loro interazioni nel campo della comunicazione politica. Siamo interessati sia a saggi teorici che a studi empirici, accogliendo diversi approcci metodologici e design di ricerca (quantitativi, qualitativi e mixed-method). I temi di interesse includono (ma non sono limitati a):

- Cambiamenti e tendenze legati alla fiducia nei media, nella politica, nelle istituzioni e alla loro autorevolezza, così come alle loro interazioni.
- Come un ambiente coabitato dall'intelligenza artificiale, il ruolo dei dati, delle piattaforme e degli algoritmi modellano e cambiano la fiducia nel nuovo contesto della comunicazione politica.

- Relazioni tra fiducia nei media e fiducia politica, da un lato, e fiducia nelle piattaforme dall'altro.
- Fiducia e dinamiche dell'opinione pubblica, comportamento elettorale, campagne elettorali in democrazie che affrontano una crisi di fiducia.
- Astensione elettorale: la fiducia come preconditione per la partecipazione elettorale e i processi democratici.
- Come fiducia e autorevolezza sono conferite da nuovi attori della comunicazione politica (come partiti digitali, movimenti sociali digitali e “giornalismo sociale”).
- Quali strategie applicano gli attori politici per aumentare la fiducia.
- Autorità epistemica nella comunicazione politica digitale: come l'autorità è costruita, contestata e legittimata nella sfera pubblica digitale, con un focus su attori giornalistici, politici e algoritmici.
- Approcci comparativi alla fiducia nei media e nella politica: analisi di come la fiducia e l'autorità variano tra contesti culturali, nazionali o istituzionali e delle loro implicazioni per la comunicazione politica globale.
- Attori e questioni del dibattito politico dell'UE - sovranazionale e nazionale – con un'attenzione particolare alle istituzioni dell'UE, soprattutto, ma non esclusivamente, nei contesti elettorali.
- Il ruolo della disinformazione, della polarizzazione e dell'inciviltà nelle dinamiche della fiducia: come queste influenzano la fiducia nei media, negli attori politici e nelle istituzioni, e le strategie per mitigare questi effetti.
- Percezione pubblica dell'autorevolezza giornalistica: come il pubblico valuta la credibilità e la legittimità degli attori giornalistici in un ambiente mediatico frammentato e polarizzato.
- Strategie per costruire fiducia nelle campagne politiche mediate: esplorazione di metodi innovativi utilizzati dagli attori politici per costruire e mantenere la fiducia attraverso i media tradizionali e digitali.
- Fiducia e autorità in tempi di crisi: analisi su come la fiducia nei media e nelle istituzioni politiche fluttua durante le crisi (es. pandemie, disastri naturali o instabilità politica).
- Il ruolo degli influencer e dei media alternativi nella definizione dell'autorevolezza: come i comunicatori non tradizionali (es. influencer, giornalisti cittadini) ridefiniscono l'autorità nella sfera pubblica.
- L'emergere di forme e pratiche innovative di partecipazione politica e il potenziamento della cittadinanza digitale come prodotto delle reti di fiducia online.
- Intersezionalità nelle dinamiche di fiducia: come fattori quali genere, etnia, classe e ideologia interagiscono per influenzare la fiducia nei media e nella politica.
- Sfide etiche nella costruzione della fiducia: analisi dei dilemmi etici per giornalisti, attori politici e piattaforme nella costruzione o nel mantenimento della fiducia pubblica e dell'autorità.
- Prospettive orientate al futuro su fiducia e autorità: Innovazioni concettuali e metodologiche per studiare la fiducia e l'autorità in ambienti mediatici e politici in rapida evoluzione.

Alcuni riferimenti bibliografici

Bartsch, A., Neuberger, C., Stark, B., Karnowski, V., Maurer, M., Pentzold, C., Quandt, T., Quiring, O., & Schemer, C. (2024). Epistemic authority in the digital public sphere. An integrative conceptual framework and research agenda. *Communication Theory*, qtae020.

<https://doi.org/10.1093/ct/qtae020>

Carlson, M. (2017). *Journalistic authority: Legitimizing news in the digital era*. Columbia University Press.

- Eyal, G., Au, L., & Capotescu, C. (2024). Trust is a Verb!: A Critical Reconstruction of the Sociological Theory of Trust. *Sociologica*, 18(2), 169–191.
- Garusi, D., & Leonhardt, B. (2024). *Towards a processual understanding of trust: A study of trustbuilding strategies of constructive journalists*. Online first.
- Humprecht, E., Castro Herrero, L., Blassnig, S., Brüggemann, M., & Engesser, S. (2022). Media Systems in the Digital Age: An Empirical Comparison of 30 Countries. *Journal of Communication*, 72(2), 145–164.
- Štětka, V., & Mihelj, S. (2024). *The Illiberal Public Sphere: Media in Polarized Societies*. Springer Nature Switzerland.
- Strömbäck, J., Tsfati, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R., & Lindholm, T. (2020). News media trust and its impact on media use: Toward a framework for future research. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 139–156.
- Tsfati, Y., Strömbäck, J., Lindgren, E., Damstra, A., Boomgaarden, H. G., & Vliegenthart, R. (2022). Going Beyond General Media Trust: An Analysis of Topical Media Trust, its Antecedents and Effects on Issue (Mis)perceptions. *International Journal of Public Opinion Research*, 34(2), edac010.

Informazioni pratiche

Le proposte di paper dovranno includere: nome, affiliazione e indirizzo email, un titolo, un abstract esteso (600-800 parole, esclusi riferimenti) e la bibliografia.

Autori e autrici dovranno inoltre indicare esplicitamente (**alla fine dell'abstract**) se richiedono che il contributo venga considerato per la pubblicazione (dopo la conferenza) su “ComPol – Comunicazione Politica”, la rivista ufficiale dell’Associazione Italiana di Comunicazione Politica. In caso di ex aequo nelle valutazioni fornite dai referee, sarà data priorità ai contributi che hanno espresse interesse per la pubblicazione presso ComPol – Comunicazione Politica.

Informazioni utili su come scrivere l'abstract per la Conferenza annuale AssoComPol sono disponibili nella sezione “Abstract instruction” della pagina del convegno:

<https://www.compol.it/eventi/convegno/convegno-2025/>

Scadenze importanti:

- Invio delle proposte entro: **21 marzo 2025**
- Notifica di accettazione: **15 aprile 2025**
- Consegna dei paper completi: **16 giugno 2025** nella paper room (accessibile con login)

Comitato scientifico: Roberta Bracciale, Patrizia Catellani, Christopher Cepernich, Gianpietro Mazzoleni, Marco Mazzoni, Rossella Rega, Cristian Ruggiero, Sergio Splendore, Augusto Valeriani.

Organizzatori locali: Giorgia Aiello, C.W. Anderson, Mauro Barisione, Federico Boni, Diego Ceccobelli, Giulia Giorgi, Paolo Natale, Milan School of Media and Communication (MSMC).

Segreteria: Junio Aglioti Colombini, Alice Fubini, Antonio Martella, Melissa Mongiardo, Celeste Satta.