

Piero Dominici

DENTRO LA SOCIETÀ INTERCONNESSA

Prospettive etiche
per un nuovo ecosistema
della comunicazione



SOCIOLOGIA
PER
LA PERSONA

FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.





Il gruppo SPe – Sociologia per la persona – nasce nel 1995, raccogliendo studiosi che, a partire dall’impegno pionieristico di Achille Ardigò, condividono i valori del primato della persona e della sua libertà nella vita sociale. La presente collana raccoglie contributi che, in linea con tali valori, affrontano in maniera scientificamente rigorosa tematiche centrali per lo sviluppo sociale e per la crescita di una convivenza civile, libera, democratica, solidale, rispettosa delle diverse culture e capace di valorizzare i differenti ambiti associativi e comunitari. All’interno di questo quadro, la collana si pone come luogo di riferimento per le aree tematiche e disciplinari che afferiscono alla riflessione sociologica e si offre come strumento di valorizzazione della loro qualità scientifica.

Direzione: Vincenzo Cesareo

Comitato scientifico:

Salvatore Abbruzzese, Maurizio Ambrosini, Natale Ammaturo, Simona Andrini, Augusto Balloni, Sergio Belardinelli, Vaclav Belohradsky, Luigi Berzano, Elena Besozzi, Roberta Bisi, Andrea Bixio, Lucia Boccacin, Franco Bonazzi, Vincenzo Antonio Bova, Laura Bovone, Michele Cascavilla, Bernardo Cattarinussi, Costantino Cipolla, Roberto Cipriani, Michele Colasanto, Fausto Colombo, Ivo Colozzi, Consuelo Corradi, Salvatore Costantino, Federico D’Agostino, Lucio D’Alessandro, Marina D’Amato, Giovanni Delli Zotti, Roberto De Vita, Paola Di Nicola, Pierpaolo Donati, Antonio Fadda, Alberto Febbrajo, M. Caterina Federici, Fabio Ferrucci, Luigi Frudà, Gianpiero Gamaleri, Franco Garelli, Chiara Giaccardi, Mario Giacomarra, Guido Gili, Giovannella Greco, Renzo Gubert, Michele La Rosa, Antonio La Spina, Clemente Lanzetti, Silvio Lugnano, Mauro Magatti, Maria Luisa Maniscalco, Stefano Martelli, Antonietta Mazzette, Lella Mazzoli, Alfredo Mela, Rosanna Memoli, Alberto Merler, Everardo Minardi, Angela Mongelli, Giacomo Mulé, Massimo Negrotti, Mauro Palumbo, Carlo Pennisi, Valentino Petrucci, Giovanni Pieretti, Gloria Pirzio, Gabriele Pollini, Sebastiano Porcu, Monica Raiteri, Raffaele Rauty, Luisa Ribolzi, Giovanna Rossi, Giancarlo Rovati, Annamaria Rufino, Bruno Sanguanini, Giovanni Sarpellon, Ernesto Ugo Savona, Antonio Scaglia, Silvio Scanagatta, Riccardo Scartezzini, Domenico Secondulfo, Giovanni B. Sgritta, Raimondo Strassoldo, Alberto Tarozzi, Mariselda Tassarolo, Bernardo Valli, Angela Zanotti, Paolo Zurla.

Comitato di redazione:

Marco Caselli, Teresa Consoli, Andrea Millefiorini, Daniele Nigris, Andrea Vargiu, Angela Maria Zocchi

I volumi pubblicati sono sottoposti alla valutazione anonima di almeno due referee esperti.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità o scrivere, inviando il loro indirizzo, a “FrancoAngeli, viale Monza 106, 20127 Milano”.

Piero Dominici

DENTRO LA SOCIETÀ INTERCONNESSA

Prospettive etiche
per un nuovo ecosistema
della comunicazione

SE
SOCILOGIA
PER
LA PERSONA

FrancoAngeli

Copyright © 2016 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Introduzione	pag.	9
1. Comunicazione è complessità	»	15
2. Dalla società di massa. Percorsi e spunti per la comprensione del contemporaneo	»	25
1. C'era una volta... la società di massa	»	25
2. La civiltà della comunicazione	»	36
3. Nuove socializzazioni	»	42
4. Dalla ricerca sulle comunicazioni di massa.	»	47
Altri spunti per l'approfondimento		
5. Un momento di svolta nella Communication Research: il flusso a due fasi della comunicazione	»	55
6. Le ricerche sugli effetti a lungo termine dei media	»	62
3. Tra istanze di emancipazione e derive dell'individualismo: per una cittadinanza digitale	»	69
1. Modernità radicale e globalizzazione	»	77
2. Società della conoscenza ed ecosistema della comunicazione	»	84
3. L'architettura distribuita del web e la nuova sfera pubblica		88
4. Comunicazione e cittadinanza: tra inclusione e nuove asimmetrie	»	96
5. Sulla comunicazione pubblica	»	98
4. Dentro la Società interconnessa: rischi e opportunità della nuova complessità sociale	»	103
1. La centralità strategica di informazione e conoscenza	»	103

2. L'analisi della società interconnessa	pag.	116
3. Razionalità limitata e vulnerabilità	»	118
4. La società interconnessa e il ritardo nella cultura della comunicazione	»	121
5. Rimettere la Persona al centro: per un nuovo Umanesimo	»	123
1. Una rifondazione dell'etica	»	125
2. La Persona, l'etica e le libertà digitali	»	126
3. Comunicazione e informazione: bisogni primari.	»	128
Presupposti teorici ed elementi di approfondimento		
4. Elementi per un'etica della comunicazione	»	131
5. Libertà è responsabilità	»	134
6. Il problema della responsabilità	»	136
Conclusioni	»	141
Riferimenti bibliografici	»	149

Questo lavoro è dedicato a tutti i giovani, alle studentesse e agli studenti, non soltanto dell'università, con la speranza che comprendano il valore assoluto dell'educazione, dell'istruzione, della formazione. Affinché comprendano, fino in fondo, che studiare serve a prepararsi alla vita ed alla sua complessità, alla comprensione dell'Altro e di chi non ha la nostra stessa opinione; e serve non tanto a prepararsi al lavoro, che si apprende nei luoghi di lavoro, quanto a diventare "teste ben fatte" (Montaigne), menti critiche che non si accontentano di ciò che sembra o di ciò che si è sentito dire... serve, cioè, a diventare cittadini e a partecipare alla costruzione di una società democratica matura e compiuta. Perché, in una società che ha reso la precarietà e l'insicurezza condizioni esistenziali, si avverte un disperato bisogno di riscoprire i valori della comunità e di una libertà responsabile, in grado di contrastare il preoccupante vuoto etico e di significato che caratterizza le società avanzate.

P. D.

Introduzione

La società interconnessa è una società ipercomplessa¹, in cui il trattamento e l'elaborazione delle informazioni e della conoscenza sono ormai divenute le risorse principali; una tipo di società in cui alla crescita esponenziale delle opportunità di connessione e di trasmissione delle informazioni, che costituiscono dei fattori fondamentali di sviluppo economico e sociale, non corrisponde ancora un analogo aumento delle opportunità di comunicazione, da noi intesa come processo sociale di condivisione della conoscenza che implica pariteticità e reciprocità (inclusione). La tecnologia, i social networks e, più in generale, la rivoluzione digitale, pur avendo determinato un cambio di paradigma, creando le condizioni strutturali per l'interdipendenza (e l'efficienza) dei sistemi e delle organizzazioni e intensificando i flussi immateriali tra gli attori sociali, non sono tuttora in grado di garantire che le reti di interazione create generino relazioni, fino in fondo, comunicative, basate cioè su rapporti simmetrici e di reale condivisione. In altre parole, la Rete crea un nuovo ecosistema della comunicazione (1996) ma, pur ridefinendo lo spazio del sapere, non può garantire, in sé e per sé, orizzontalità o relazioni più simmetriche. La differenza, ancora una volta, è nelle persone e negli utilizzi che si fanno della tecnologia, al di là dei tanti interessi in gioco. Per queste stesse ragioni, parleremo di “tecnologie della connessione” e non di “tecnologie della comunicazione”

Il presente saggio si pone, pertanto, una serie di interrogativi che ruotano intorno a due questioni cruciali del contemporaneo: 1) l'analisi delle opportunità e dei rischi legati all'avvento di quella che definiamo la “società interconnessa” ed alla diffusione delle nuove *tecnologie della connessione*: una questione complessa, che chiama direttamente in causa quelle dell'accesso, della cittadinanza e dell'inclusione, non solo digitale; 2) di

¹ Abbiamo definito e approfondito le dimensioni della società ipercomplessa in: P. Dominici, *La comunicazione nella società ipercomplessa: istanze per l'agire comunicativo e la condivisione della conoscenza nella network society*, Aracne Ed., Roma 2005; e in, *La comunicazione nella società ipercomplessa. Condividere la conoscenza per governare il mutamento*, Milano, FrancoAngeli 2011.

fronte a questa nuova complessità sociale, così segnata da un'innovazione tecnologica non ancora supportata da una cultura dell'innovazione, si avverte l'esigenza di un modello teorico-interpretativo adeguato e, allo stesso tempo, di una rifondazione dell'etica o, quanto meno, di un ripensamento dei canoni dell'etica tradizionale per la *civiltà della Rete*: da questo punto di vista, il semplice adattamento dell'etica alla nuova prassi tecnologica e sociale non sembra una strada percorribile, oltre che destinata all'insuccesso. Le cd. etiche dell'intenzione (non soltanto quelle riferibili alla comunicazione), insieme a codici deontologici e professionali, hanno ampiamente dimostrato la loro debolezza e inefficacia. Anche su questo versante, sociologia e scienze della comunicazione devono raccogliere questo tipo di sfida conoscitiva, destinata ad avere ricadute importanti.

In altre parole, intendiamo analizzare criticamente il mutamento in atto, evidenziando (anche) le criticità della società interconnessa e dell'economia delle reti che, senza adeguate strategie di sistema e di lungo periodo, rischia di rimanere una straordinaria opportunità per le *élites* e/o, in ogni caso, per gruppi sociali ristretti. E nel portare avanti la nostra analisi, occorre, in primo luogo, prestare attenzione a non ricadere nella ben nota, oltre che sterile, dicotomia tra apocalittici e integrati (che, puntualmente, si ripresenta, magari con altre etichette²); in secondo luogo, a non adottare la via breve di spiegazioni riduzionistiche/deterministiche. La nostra analisi, pertanto, si focalizzerà su opportunità e rischi correlati all'affermazione dell'economia della conoscenza e di quella che Manuel Castells³ chiama – in maniera, per certi versi, anche suggestiva – l'*autocomunicazione di massa*. Un contesto nel quale, le architetture del nuovo *ecosistema comunicativo* entrano in conflitto con la gerarchia e le tradizionali logiche di controllo/sorveglianza proprie dei sistemi di potere. Processi e dinamiche che, oltre a determinare una ridefinizione delle gerarchie e una riconfigurazione dello spazio pubblico del sapere, ci costringono a leggere/riconoscere i *media della connessione* e gli stessi social networks non più come meri “strumenti”, prodotti dall'innovazione tecnologica (anche se questa è la loro “natura”), in grado di migliorare la vita individuale e collettiva; dal momento che questi stessi “strumenti” – anche se la differenza la faranno sempre logiche, utilizzi e contenuti – hanno determinato una *trasformazione antropologica* (1996) degli attori sociali – Luciano Floridi, con riferimento alla rivoluzione dell'informazione, parla di “quarta rivoluzione”⁴ –

² Tra le tante etichette ricordiamo: tecno-entusiasti vs. tecno-scettici, fondamentalisti digitali vs. neoluddisti e tante altre, più o meno suggestive.

³ M. Castells (2009), *Communication Power*, trad.it. *Comunicazione e potere*, Università Bocconi Editore, Milano 2009.

⁴ L. Floridi (2010), *Information. A very short introduction*, trad.it. L. Floridi, *La rivoluzione dell'informazione*, Codice Edizioni, Torino 2012.

creando un nuovo *habitat* comunicativo o, per meglio dire, un nuovo *ecosistema* complesso che si struttura a partire da processi di connessione continua, in grado di mettere in discussione le tradizionali distinzioni tra reale e virtuale, tra vita *offline* e vita *online*. La comunicazione, intesa come processo sociale di condivisione della conoscenza (potere), si conferma così sempre più come il vero tessuto connettivo che tiene insieme i sistemi sociali, anche se, come vedremo, tale percorso evolutivo presenta esiti tutt'altro che scontati, e non solo a causa del *digital divide*⁵ (questione declinata ormai come *digital inequality*), del *cultural divide* (sottovalutato) e delle nuove asimmetrie sociali e informative; a tal proposito, da più parti si ipotizza, paradossalmente proprio nella cd. società della comunicazione, in cui tutti sono sempre connessi, la *fine del legame sociale*, in un contesto peraltro già segnato da derive individualistiche e antisociali. Una serie di interrogativi che proveremo a sciogliere, con una particolare attenzione alle implicazioni etiche e sociali, e che possono, anzi debbono, essere senz'altro chiariti secondo i possibili significati. Prima di tutto: da dove e come nascono gli interrogativi stessi ed il bisogno di una ricognizione etica sui *media* e, più in generale, sul nuovo ecosistema comunicativo?

In secondo luogo, i *media*, i social networks, la Rete sono realtà di fatto, sono senz'altro strumenti conoscitivi che aprono, o tracciano, un orizzonte sulla realtà: il nostro quesito si potrebbe porre dunque in termini classici come problema del rapporto tra il sapere e l'agire, la ragione e la volontà, la teoria e la prassi. Se tale schema fosse valido, la nostra domanda iniziale altro non potrebbe significare se non che la *prassi* tecnologica, legata ai *nuovi media della connessione*, comporta, come ogni altra forma di agire umano, la possibilità di essere giudicata di volta in volta moralmente corretta o scorretta, secondo valori universalmente condivisibili.

È ovvio, in questo caso, che il giudizio non verterebbe tanto sugli strumenti del conoscere, enormemente evoluti, quanto sul loro uso da parte dei singoli (operatori e fruitori) nella loro piena libertà di singoli. Sotto questo profilo rientrerebbero anche tutti i discorsi di carattere deontologico.

Ma le nostre domande iniziali potrebbero altresì intendersi come frutto di un'esigenza di rifondazione globale dell'etica alla luce del progresso tecnologico e della realtà del nuovo ecosistema comunicativo. E questo discorso potrebbe a sua volta essere condotto partendo da due prospettive o presupposti diversi: secondo una prima prospettiva, constatato che *media* e *social media*, lungi da essere un semplice strumento conoscitivo neutro, costituiscono una *sintesi culturale complessa* che produce aspettative, atteggiamenti, comportamenti ed una nuova mentalità, constatato cioè che la

⁵ Sulle questioni del *digital divide*, e sul relativo dibattito scientifico, si veda: S. Bentivegna, *Disuguaglianze digitali. Le nuove forme di esclusione nella società dell'informazione*, Laterza, Roma-Bari 2009.

tecnologia entra a far parte della sintesi di nuovi valori e di nuovi criteri di giudizio, come conciliare una tale novità con i tradizionali principi dell'etica? Si deve tentare di sottomettere questi a quelli o viceversa? Non è infrequente che da un confronto del genere si producano conclusioni del tutto aporetiche se non pessimistiche.

Nella seconda prospettiva, invece, la rifondazione dell'etica può significare che, di fronte alla riconosciuta complessità produttrice di valori della realtà tecnologica, mediatica e della Rete, s'impone una revisione degli stessi principi etici tradizionali, non certo però dietro il diretto suggerimento di nuovi sentimenti morali e di nuovi valori da parte della prassi tecnologica che li fornirebbe belli e fatti, non insomma un adeguamento dell'etica all'espansionismo tecnologico, ma un approfondimento ed una revisione che lasciano intravedere una possibile dilatazione del giudizio etico.

In ogni caso, tenendo per fermo il carattere universale assunto dal sistema dei media e dalla Rete, la riflessione sociologica ed etica devono misurarsi essenzialmente e dialetticamente col concetto di *globalità*, chiarendo i modi con cui gli attori sociali possono vivere una tale possibilità/opportunità.

Nel corso di questo saggio è parso che, muovendosi secondo quest'ultima prospettiva, si riuscisse non certo a dare una risposta conclusiva all'argomento, ma almeno ad inquadrare in modo più chiaro molti dei quesiti che ci siamo posti; evitando di far sbilanciare l'analisi verso posizioni catastrofiche o eccessivamente ottimistiche, ed evitando le pericolose scorciatoie logico-argomentative di determinismi e riduzionismi vari. Si tratta, evidentemente, di pericoli sempre in agguato quando si parla di *innovazione tecnologica* e del suo impatto su sistemi sociali e organizzazioni. Certo occorre partire da dati di fatto, ma i dati di fatto sono, nel nostro caso, una ormai sterminata letteratura scientifica già in qualche modo atteggiata. Si cercherà, quindi, di tener presente ciò che, al di là dei diversi atteggiamenti e valutazioni, sembra configurarsi come un patrimonio di nozioni a ben guardare convergenti, poiché la fondamentale istanza di questa trattazione, è quella di accertare se è motivato lo stesso titolo dell'indagine, e cioè se è possibile che l'indagine etica e l'indagine di carattere tecnico, sulla comunicazione nella società interconnessa, si chiariscano a vicenda, e dunque se sia possibile che termini come comunicazione, globalità, discorso, libertà, informazione e simili abbiano una valenza ed un senso sia tecnico che etico.

La questione è complessa anche perché: «Comunicare, mettere in comune un discorso – un discorso che inevitabilmente ha portata di esistenziale integralità – è *struttura antropologica costitutiva*, anche se mezzi e modi del comunicare sono e saranno storicamente i più diversificati. Basti richiamarsi al fatto che le modalità tecniche del comunicare – specificata-

mente, ma non solo nella comunicazione di attualità – investono impetuosamente le stesse coordinate spaziali e temporali del nostro stare al mondo. E ciò non può avvenire senza mutazioni, senza problemi»⁶. La comunicazione ha assunto una rilevanza strategica in tutte le sfere della prassi individuale e collettiva e si avverte l'urgenza di un *modello teorico interpretativo* in grado di spiegare la complessità del mutamento in corso.

Si avverte, all'interno del sistema tecno-capitalistico globale, l'esigenza di una *cultura della condivisione* che possa effettivamente creare le condizioni per la realizzazione di una cittadinanza attiva e partecipe del *bene comune*. Come scritto anche in passato, la linea di confine tra cittadinanza e sudditanza è molto sottile e, a complicare la questione, la condizione di una sfera pubblica non più autonoma dalla politica.

A livello della prassi, le categorie del *rischio* e del *conflitto* nei sistemi sociali e nelle organizzazioni complesse, sono sempre più riconducibili ad una cattiva/inefficace gestione delle conoscenze o, peggio ancora, all'impossibilità di avere accesso a queste e di farne un uso consapevole e razionale.

Dal punto di vista della condotta morale e conoscitiva, la modernità si è presentata come un'esperienza sempre più *frammentaria* che ha minato, nel profondo, le certezze degli attori sociali. Anche e soprattutto perché la realtà, perdendo il suo ordine e la sua apparente unitarietà, continua a mostrarsi molto più complessa delle leggi (fisiche, sociali ed economiche) che tentano di definirla e interpretarla.

È da questi presupposti che prende le mosse il pensiero moderno e contemporaneo, nella consapevolezza che non esistono più conoscenze indiscutibili, culture predominanti, valori assoluti, verità incontrovertibili, bensì conoscenze probabilisticamente e statisticamente attendibili. La *conoscenza*, prodotta da un complesso *processo di acquisizione intersoggettiva*, costituisce l'esito tutt'altro che scontato di un percorso che si sviluppa, non tanto per deduzione logica o semplice accumulazione lineare di informazioni, quanto per tentativi ed errori (casuali o sistematici) in grado di far avanzare il pensiero e la ricerca.

Il nuovo ecosistema della comunicazione si caratterizza per un alto tasso di dinamicità dei processi che mette a dura prova le tradizionali logiche di controllo e sorveglianza, tipiche delle società industriali avanzate. La società interconnessa fonda la sua ricchezza sulla smaterializzazione degli scambi, ma rende più evidenti le disuguaglianze di carattere conoscitivo e culturale definendo nuove asimmetrie sociali.

⁶ Cfr. E. Rossi, "Prefazione" in A. Fabris (a cura di) (2004), *Guida alle etiche della comunicazione*, ETS, Pisa, p. 8.

Accade così che questa nuova complessità sociale definisca le condizioni strutturali per l'affermazione di un *sapere riflessivo* che deve fare i conti con la crisi del pensiero, dei paradigmi conoscitivi e con l'incapacità di promuovere soluzioni accettabili. I sistemi di orientamento conoscitivo e valoriale si mostrano inadeguati rispetto ad una realtà sociale costantemente in evoluzione.

Tornando ai quesiti fondamentali di questo lavoro: per ciò che concerne la prassi comunicativa, appare evidente come il quadro giuridico-normativo e i codici deontologici non riescano e non possano chiudere il cerchio su tale complessità che riguarda da vicino la Persona, la libertà/responsabilità del comunicare e dell'informare; perché la questione è culturale, attiene alla formazione e alla consapevolezza di chi produce, elabora e condivide informazioni/conoscenze nel nuovo ecosistema comunicativo. Al contrario, per ciò che concerne le questioni dell'accesso, della cittadinanza, dell'inclusione, delle regole e dei diritti per la società interconnessa, non possiamo non rilevare la fondamentale importanza e l'imprescindibilità di definire un quadro normativo (si pensi alle questioni, dibattute a livello internazionale, riguardanti la *Net Neutrality*, il *Freedom of Information Act* e l'*Internet Bill of Rights*) più moderno e meglio attrezzato per tutelare i diritti digitali, le libertà e l'accesso alla "risorsa" delle risorse: la conoscenza.

1. Comunicazione è complessità

Prima di tutto, dobbiamo partire da un assunto “forte”, necessario per la nostra analisi e per l’approccio che intendiamo sviluppare, che abbiamo provato a sintetizzare nel titolo di questo capitolo: comunicazione è complessità. Ma che significa complessità? Che significa osservare e tentare di comprendere un processo complesso? Perché la comunicazione è un processo complesso? Queste sono alcune delle domande cui proveremo a rispondere nel corso della nostra analisi, partendo da questa definizione: la comunicazione è processo sociale di condivisione della conoscenza (potere) in cui sono coinvolti – sotto molteplici aspetti e con numerose variabili intervenienti – attori sociali (con i loro profili psicologici e i loro sistemi di orientamento valoriale e conoscitivo), gruppi, comunità, vissuti, situazioni, contesti, mezzi di comunicazione, ecosistemi etc. che stabiliscono tipi e modalità di relazione non riconducibili al famoso principio di causalità. Tipi e modalità di interazione che risultano essere sempre sistemici e con un coefficiente di imprevedibilità significativo, al di là del modello culturale dominante (che è appunto funzionale alla coesione sociale ed alla creazione di condizioni di prevedibilità).

E la complessità di un “oggetto”, di un processo, di un’organizzazione, di un sistema è legata alla presenza di molteplici variabili che, come accennato, ne rendono difficile l’osservazione e, fatto ancor più significativo, considerato che parliamo di conoscenza scientifica, la *replicabilità*.

Nel nostro caso, possiamo definire la comunicazione anche come un’interazione sociale caratterizzata da un sistema di relazioni nel quale azione e retroazione (feedback) presentano un carattere probabilistico, con relativa difficoltà di individuare “regolarità” e fare “previsioni”. Pertanto, essendo un processo complesso, le cui dinamiche non seguono il principio di causalità, contrariamente ai luoghi comuni (non solo mediatici) ed a certi pregiudizi di matrice anche accademica, analizzare scientificamente – o quanto meno con rigore metodologico – la comunicazione è estremamente complicato e richiede competenze e un approccio multidisciplinare. Spesso, al contrario, all’insegna di frasi fatte e luoghi comuni (*tutto è comunicazio-*

ne, la frase più inflazionata), l'oggetto *comunicazione* ci viene restituito come semplice, banale, facilmente intuibile; un oggetto di studio che non richiede neanche particolari conoscenze e/o competenze (stesso discorso potrebbe esser fatto per i pregiudizi che circondano la figura del comunicatore e il suo profilo professionale).

L'analisi della comunicazione e dell'attuale ecosistema si rivela, conseguentemente, una sfida alla complessità, nella complessità: «La complessità è davvero una *sfida*. È una sfida ambivalente, con due facce come Giano. Da una parte è l'irruzione dell'incertezza irriducibile nelle nostre conoscenze, è lo sgretolarsi dei miti della certezza, della completezza, dell'eshaustività, dell'onniscienza che per secoli – quali comete – hanno indicato e regolato il cammino e gli scopi della scienza moderna. Ma d'altra parte non è soltanto l'indicazione di un ordine che viene meno; è anche e soprattutto l'esigenza e l'ineludibilità di un “approfondimento dell'avventura della conoscenza”, di una “trasformazione dei giudizi di valore che operano nella selezione delle questioni legittime e dei problemi che è interessante porre, perfino di una nuova concezione del sapere”, di un cambiamento estetico, di un “dialogo fra le nostre menti e ciò che esse hanno prodotto sotto forma di idee e di sistemi di idee”. In questo senso il delinarsi di un universo incerto non è tanto il sintomo di una scienza in crisi, ma anche e soprattutto l'indicazione di un approfondimento del nostro dialogo con l'universo, l'indicazione della forza dei nuovi modelli elaborati dalle nostre scienze nel tentativo di tenere conto del massimo di certezze e di incertezze per affrontare ciò che è incerto»¹. Lo studio e la ricerca sulla comunicazione richiedono pertanto un cambiamento di prospettiva che l'approccio alla complessità sembra in grado di garantire, dal momento che, ci richiede «di pensare senza mai chiudere i concetti, di spezzare le sfere chiuse, di ristabilire le articolazioni tra ciò che è disgiunto, di sforzarsi di comprendere la multidimensionalità, di pensare con la singolarità, con la località, con la temporalità, di non dimenticare mai le totalità integratrici. È la tensione verso il sapere totale, e nello stesso tempo, la coscienza antagonista del fatto che, come ha detto Adorno, “la totalità è la non verità”. La totalità è nello stesso tempo verità e non verità, e la complessità sta proprio in questo: nella congiunzione di concetti che si combattono reciprocamente»².

Mantenendo fermo il nostro presupposto (la comunicazione è processo sociale di condivisione della conoscenza=potere), è quanto mai opportuno chiarire che analizzare la comunicazione è ben diverso dall'analizzare i

¹ G. Bocchi, M. Ceruti (a cura di), *La sfida della complessità*, Bruno Mondadori, Milano 2007, p. XXIII-XXIV.

² E. Morin, “Le vie della complessità”, in G. Bocchi, M. Ceruti (a cura di), op. cit., p. 35.

mezzi di comunicazione: significa – tornando a quanto detto inizialmente – individuare e definire le molteplici variabili che svolgono un ruolo decisivo in un processo complesso, dinamico, condizionato da molteplici livelli di analisi e di ambiguità; un processo in cui occorre porre l’attenzione sul sistema delle relazioni, sulla loro qualità, sui rapporti di potere che ne scaturiscono, nel quadro di un’ecologia della comunicazione estremamente complicata. La categoria concettuale di “ecosistema” diventa centrale, ancor di più perché i media digitali e i social network segnano un salto di qualità senza precedenti: da capire fino in fondo se questo salto di qualità sia in termini di connessione (fatto innegabile) o di comunicazione (diverse le criticità in proposito). Anche e soprattutto per queste motivazioni, abbiamo scelto la definizione di “tecnologie della connessione”, proprio a voler sottolineare l’importanza cruciale del fattore umano e delle relazioni sociali all’interno dei processi comunicativi.

La Rete, pur con tutte le criticità, in termini di accesso e utilizzi, di *digital* e *cultural divide*, rilevate da studi e ricerche, si rivela sempre più l’ecosistema comunicativo e cognitivo che consente a “nuovi” attori sociali di provare a scardinare i vecchi meccanismi di definizione delle priorità delle *agende* di politica e media. Una fase così complessa e delicata che – come già scritto – implica il prendere atto dei presupposti a cui abbiamo fatto riferimento.

Si continua ad avvertire, allo stesso tempo, l’esigenza di una *nuova cultura della comunicazione* (2005) che – è bene precisarlo – oltre ad essere concettualmente orientata, non può più permettersi il lusso di essere astratta, teorica, e/o vagamente generica. Serve, al contrario, una cultura della comunicazione fondata su processi rigorosi e metodologicamente validi di valutazione e monitoraggio delle azioni, delle strategie, delle politiche messe in campo. Insomma, una nuova cultura della comunicazione che – sembra banale ma non lo è – deve essere “costruita” sui destinatari. Da questo punto di vista, segnaliamo, tra gli elementi di criticità, quella convinzione abbastanza diffusa, non soltanto negli ambienti dei tecnologi e dei tecnocrati, che la *tecnologia porti con sé la soluzione di tutti i problemi* e dei possibili imprevisti. Esiste cioè il *rischio di un’innovazione tecnologica senza cultura*, che renderebbe la società della conoscenza un’opportunità per élites e gruppi dominanti. Anche su questo aspetto sono tornato a più riprese. Ci limitiamo a ribadire, in questa sede, che parlare di inclusione, cittadinanza, democrazia digitale o *cyberdemocrazia*³, senza tentare almeno di contrastare fenomeni e processi che le rendono difficilmente realizzabili, equivale a legittimare un contesto storico-sociale sempre più segnato da di-

³ P. Lévy (2002), *Cyberdémocratie*, trad.it. *Cyberdemocrazia*, Mimesis Ed., Milano 2008.

suguglianze di carattere conoscitivo e culturale. In fondo, lo stesso discorso può essere fatto per la questione – assolutamente importante – del “merito” che, nella sua centralità, se non viene incrociato con altre variabili rischia di essere e di riguardare *il merito di coloro che hanno più opportunità in partenza*: opportunità/possibilità di accesso all’istruzione, alla conoscenza, alla cultura. Finché non sarà garantita l’*eguaglianza delle condizioni di partenza*, parlare di “merito” e di “meritocrazia” rischia di diventare pura retorica. In altri termini, abbiamo bisogno di una “comunicazione del fare”, opposta, antitetica, ad una “comunicazione del dire”, funzionale soltanto alla costruzione di una buona immagine/reputazione. *La comunicazione si configurerebbe, in tal modo, come vero e proprio agente di emancipazione e di cittadinanza.*

Una considerazione di carattere generale e metodologico sembra imporsi di fronte alla ricca messe di dati, osservazioni, descrizioni ed intuizioni profonde ricavate dalla sociologia, dalla *communication research* e, più di recente, dai *social media studies*: il problema è capire se la ricchezza dei risultati derivanti dalle indagini sociologiche ci consente di passare agevolmente dall’ambito dei fatti e delle descrizioni a quello delle scelte e dei valori.

La tradizionale contrapposizione tra fatti e valori, inaugurata dal pensiero weberiano, proprio grazie all’approfondirsi dei metodi di ricerca sociologica, pur di fondamentale importanza e tuttora insuperata, è apparsa improduttiva e aporetica, in buona parte, per un approfondimento dei temi politici ed etici.

Se si vogliono superare le posizioni antitetiche degli “apocalittici” e degli ottimisti “integrati”, non a caso soprannominati da Neil Postman “profeti con un occhio solo”⁴, forse deve essere proprio riaperto il discorso metodologico di fondo incentrato sulla dicotomia tra fatti e scelte.

Non è un caso che il dibattito sull’eredità weberiana abbia interessato in modo particolare gli scienziati sociali e i teorizzatori contemporanei di etica come vedremo anche in seguito.

Tuttavia, si devono ricordare i temi, o per meglio dire i concetti analitici, intorno a cui ruoterà il nostro discorso legato alla possibilità/necessità di un approccio alla complessità e di un’etica per l’attuale ecosistema globale della comunicazione. Il primo tema si basa sulla constatazione della necessità di superare la divaricazione esistente tra *fatti* e *valori*, motivo principale per cui il dibattito in campo etico sul problema dell’agire in base a delle scelte eticamente corrette e/o responsabili, difficilmente giunge a delle conclusioni condivise dalla maggior parte degli studiosi: questo perché, sulla

⁴ N. Postman (1992), *Technopoly. The Surrender of Culture to Technology*, trad.it. *Technopoly. La resa della cultura alla tecnologia*, Bollati Boringhieri, Torino 1993, p. 12.

base delle evidenze empiriche riscontrate dalle tantissime ricerche su mass-media e social media c'è, comunque e sempre, la tendenza a schierarsi in una posizione favorevole o contraria nei confronti del problema, operando così delle valutazioni che spesso sono *a priori* e che, di conseguenza, non tengono conto di tutti gli elementi intervenienti nel fenomeno comunicativo.

Il secondo tema, o concetto fondamentale, a cui ci richiameremo è quello di *trasformazione antropologica*: cioè, come già espresso in passato, attraverso le nuove tecnologie della comunicazione si è realizzato un complesso processo di evoluzione dell'individuo, che ha modificato la natura dell'agire umano e che ha mutato i suoi modi di conoscere la realtà, di adattarsi e risolverne i problemi⁵.

Tale processo, che non riguarda soltanto l'aspetto puramente biologico, si è rivelato come un fenomeno complesso di metamorfosi a livello antropologico, il cui punto di arrivo è rappresentato dalla nascita di un nuovo Soggetto/attore sociale e di un nuovo tipo di umanità, elemento fondamentale che già giustifica di per sé, in modo necessario e sufficiente, l'esigenza posta dalla nostra ricerca di una rivisitazione critica dei canoni tradizionali dell'etica.

Inoltre, non si può non tener conto del fatto che il nuovo individuo atomizzato deve confrontarsi, da un lato con una comunicazione totalizzante, arricchitasi di nuove straordinarie modalità comunicative e di nuovi codici, e dall'altro con una realtà, invece, sempre più tendente alla frammentazione, aspetto questo che per gli *integrati* è positivo, ma che è fortemente negativo per gli *apocalittici*.

Tuttavia, la nostra riflessione non può prescindere dalla considerazione di un altro aspetto centrale per il nostro discorso: nell'uomo-massa, nell'individuo multimediale (1996) e nella nuova socializzazione tutti i soggetti comunicanti, coinvolti nei processi della comunicazione globale, ci appaiono senza dubbio più autonomi e liberi nelle loro scelte e nei loro giudizi di valore.

Il processo di globalizzazione della comunicazione sta ridisegnando interamente gli scenari dell'economia, della politica e delle interazioni sociali. Le straordinarie innovazioni introdotte dalle tecnologie informatiche e dai media digitali sono sul punto di plasmare una nuova soggettività e di cambiare rapidamente il tipo di fruizione dei mezzi di comunicazione, orientandoli, da una parte, verso una radicale personalizzazione e, dall'altra, verso utilizzi più relazionali e indicativi di una socialità più o meno diffusa. Pertanto, tale fruizione sarà sempre di più legata a scelte in-

⁵ Cfr. K. R. Popper (1996), *Tutta la vita è risolvere problemi*, Rusconi, Milano; K. Lorenz (1993), *Vivere è imparare*, TEA, Milano; si veda anche K. R. Popper, K. Lorenz (1996), *Il futuro è aperto*, Rusconi, Milano.