

L'etica nella comunicazione di massa

Francesca Cosmi

Che cos'è l'etica

Dall'ascolto quotidiano di radio e TV o dalla lettura del giornale o dalla consultazione in Internet vi è un'acquisizione e trasmissione di notizie automatiche.

Codeste contengono suggestioni intrinseche costituite non soltanto dal messaggio esplicito ma anche da tutta una serie di formalità connesse alla modalità di trasmissione o dalla ripetitività della programmazione ideate dalla volontà proponente. Tali suggestioni sono in grado di modificare la nostra percezione e successivamente indirizzare le scelte. Che questo procedimento sia giusto o meno è un dilemma complesso ma senza dubbio una problematica di ordine etico. È risaputo che basta recarsi a fare la spesa e applicare, anche nella banale scelta di un detersivo, una decisione che è stata compiuta sulla base di informazioni precedentemente acquisite diventate poi patrimonio nel procedere mentale.

È naturale pertanto vagliare attentamente la connessione fra comunicazione ed economia, dal momento che anche un minimo spostamento di denaro se moltiplicato per un numero elevato di individui produce un notevole scarto. Già questo

esempio tratto dalla quotidianità lascia intendere come ogni atto sia frutto di scelte e suggestioni comunicative che implicano connessioni successive e di vario tipo. A prescindere da questo il problema etico nella sua globalità ha influenze riguardanti innumerevoli settori tant'è che la parola etica nei discorsi politici è diventata un suggello di garanzia della qualità e non solo un modo per intendere il mondo. Se l'economia lo muove, tutte le implicazioni possibili e le scelte che azioni diverse sottendono un altro principio importante avallato dalle autorevoli parole di Hans Jonas: il "Principio di Responsabilità". Solamente questa affermazione può suggerire che manipolazioni e mistificazioni sono talvolta attuate per soddisfare interessi di nicchia senza considerare certo l'Umanità nella sua interezza e la comunicazione stessa da strumento neutro quale era auspicata fin dall'antichità, può diventare un'arma pericolosa se mal utilizzata.

Su un altro versante, quello legislativo, la problematica etica è il fulcro stesso della legge e non è scindibile sia nella conoscenza di esse sia poi nel popolo che vi si adegua.

È naturale che un simile circolo vizioso metta in gioco numerose discipline, dalla psicologia alla sociologia al diritto, senza tralasciare che in ultima istanza sono chiamati i filosofi a discutere e deliberare in materia di etica, i quali da sempre hanno intuito la portata della problematica.

Tali conflitti di interesse sono comunque irrisolvibili dal momento che ogni paese ha le sue Leggi, così per appellarsi a dei Principi Ultimi, ovvero delle Leggi trascendentali che vengano unanimemente accettate è quanto meno utopico.

Sommario:

Che cos'è l'etica

Il contesto della
"contemporaneità"

Che cos'è l'etica
delle comunicazioni

Teorie e scuole a
confronto in materia
di etica delle
comunicazioni

Ipotesi per un
dibattito

Bibliografia
e approfondimenti

L'etica nella comunicazione di massa

Francesca Cosmi

Il contesto della "contemporaneità"

La normativa italiana ha ad ogni modo tenuto conto del problema sia nel contesto pubblicitario sia in quello dell'informazione, costituendo dei comitati giudicanti che "saggino il polso" nella situazione attuale attraverso la emanazione di decreti per contenere il problema dell'informazione.

D'altronde anche il tacere una notizia può essere un problema etico e quindi, non soltanto sulla forma della sua emanazione possono sorgere delle discussioni in materia.

Anche i singoli ordini professionali affrontano quotidianamente problemi di carattere etico non indifferenti, basti pensare a tutte le sfaccettature "umane" che un medico sostiene. E non serve arrivare a citare grosse questioni come aborto, eutanasia che hanno scosso la coscienza etica dei cittadini, ma anche soltanto valutare quanto è indispensabile farsi coinvolgere dai singoli casi clinici che di volta in volta si pongono nello svolgimento della professione quotidiana.

Lo stesso può dirsi per altri ordini professionali i quali hanno dei problemi etici di varia natura da quelli strettamente legali di un avvocato o di un giudice a quelli

legati a contesti ecologici, come architetti o ingegneri che possono porsi problemi etici a volte anche nella scelta delle destinazioni abitative e dell'utilizzo di determinate aree di territorio.

Un utile esercizio per sollecitare la propria sensibilità al problema rimane comunque quello di imparare a guardare ed a ascoltare come diceva Socrate il che non significa soltanto sentire e vedere ma di volta in volta imparare ad interpretare e comprendere facendosi filtri di ogni informazione.

Sommario:

Che cos'è l'etica

Il contesto della "contemporaneità"

Che cos'è l'etica delle comunicazioni

Teorie e scuole a confronto in materia di etica delle comunicazioni

Ipotesi per un dibattito

Bibliografia e approfondimenti

L'etica nella comunicazione di massa

Francesca Cosmi

Che cos'è l'etica della comunicazione?

Lo studio dei mass media come strumento neutro "di comunicazione" pone una questione imprescindibile: l'impossibilità di una valutazione nel contesto comunicativo.

L'informazione spesso richiede di venir letta come neutra, ovvero come un semplice veicolo di messaggi che non hanno altra intenzione se non quella di trasmettere dei significati. Ma, in questo modo la questione etica rimane sospesa e rimandata in altro momento senza venire per altro né accantonata né risolta. Innanzitutto occorre valutare che cosa si intenda per etica oggi: in un mondo globale che ha adottato una moderna εποχή^(*) (sospensione del giudizio) la trasmissione dei significati può illudere il ricevente sulla neutralità dell'emittente ma non è così.

Persino Parmenide sostenitore dell'effetto persuasivo della parola aveva più di Duemila anni fa intuito questo pericoloso connubio fra comunicazione e distorsione della medesima.

Ciò sta a significare una sola cosa: che dentro ogni notizia o informazione (come già a suo tempo Hegel individuava il dramma della cultura che si trasformava da

nozione in scansione di dati), vi è una Volontà comunicativa che indirizza i meta-significati.

Non c'è possibilità di sfuggire a questa logica: il messaggio da chiunque venga pensato è stato in un primo tempo sottoposto a un giudizio, che lo ha trasformato utilizzando le parole, le immagini, i suoni che avvalorano le intenzioni dell'ideatore.

Sommario:

Che cos'è l'etica

Il contesto della "contemporaneità"

Che cos'è l'etica della comunicazione

Teorie e scuole a confronto in materia di etica delle comunicazioni

Ipotesi per un dibattito

Bibliografia e approfondimenti

(*) ndr: si legge "epochè"

L'etica nella comunicazione di massa

Francesca Cosmi

Teorie e scuole a confronto in materia di etica delle comunicazioni

Varie sono le scuole di pensiero che in materia di etica delle comunicazioni hanno messo in risalto i vari problemi in cui si incappa nell'analisi di tale tema.

Le scuole principali possono così essere suddivise: quella degli americani più interessati alla

valutazione della comunicazione analogica e quella dei tedeschi di impostazione ancora fortemente

kantiana che vede il suo caposcuola in Karl Otto Apel il quale vorrebbe reimpostare una dogmatica dell'etica all'interno della quale le leggi sono ancora sancibili e riconducibili a uno statuto ideale.

Vi è poi la scuola italiana in cui uno dei maggiori esponenti è Gianfranco Bettetini attento al connubio sottile che sottende all'inscindibile binomio comunicazione-politica tema caro all'intellettuale italiano.

Fin dagli esordi dei mezzi di comunicazione moderni la questione etica suscitava comunque grandi dubbi e grandi interrogativi in quanto non si poteva escludere le reazioni del pubblico sia quando se ne accorgeva di eventuali mistificazioni sia quando inconsciamente accettava per vero qualunque informazione gli venisse trasmessa. In queste cieca fiducia verso la tecnica e il progresso l'etica è stata di-

menticata proprio perché a comparire di mezzi di comunicazione sempre più potenti, veloci e apparentemente completi dove alle immagini si affiancavano anche suoni e commenti si è creduto che non ci fosse più bisogno di dare un giudizio perché all'interno di ogni trasmissione di significato vi era contenuto il tutto per la parte. Dubbi sono sorti quando sono stati affiancati gli studi della psicologia alla percezione cognitiva i quali, hanno dimostrato che immagini diverse possono suscitare effetti diversi su chi osserva e che quindi anche un'angolazione particolare, voluta e strategicamente studiata a tavolino può riempire una piazza che magari nella realtà è vuota.

La manipolazione con la conseguente strumentalizzazione e distorsione delle notizie era stato un tema "caldo" ampiamente dibattuto dai liberi pensatori fin dagli inizi del '900 per poi trovare un campo minato nonché un'esplicita realizzazione dei timori accennati nel periodo a cavallo del secondo conflitto mondiale.

Il cinema che alla sua nascita doveva essere dapprima un esperimento tecnico, poi una forma d'arte asservì invece a meri scopi di propaganda politica. E così avvenne anche per i comunicati via radio che

sfruttavano una sapiente modulazione della voce e un'attenta scelta dei vocaboli per conferire un ruolo alle parole. E in modo tale orientare l'opinione pubblica.

L'osservatorio di Apel sull'etica delle comunicazioni sorse proprio intorno agli anni 50 con lo scopo di confrontare la teoria con la prassi in un tentativo estremo di canonizzare l'etica. D'altronde dai tempi di Kant non c'erano più state delle prese di posizione forti in questo campo e anzi, dal 900 in poi le correnti che avevano la meglio erano quelle in cui si parlava di relativismo etico piuttosto che di una sua riqualificazione.

Anche perché, la parola etica che deriva dal greco *èthos* significa costume nella traduzione latina *mores* venne poi identificata con morale e quindi sempre più accomunata a una enunciazione di regole di vita piuttosto che a un richiamo a una trascendentale legge ideale.

Questa analisi dei mezzi di comunicazione venne poi svolta a livello teorico anche dai filosofi del linguaggio i quali si soffermarono sulla dualistica di alcuni temi cercando nella contrapposizione fra vero e falso, giusto e ingiusto, realtà e finzione una terza via.

Sommario:

Che cos'è l'etica

Il contesto della "contemporaneità"

Che cos'è l'etica della comunicazione

Teorie e scuole a confronto in materia di etica delle comunicazioni

Ipotesi per un dibattito

Bibliografia e approfondimenti

L'etica nella comunicazione di massa

Francesca Cosmi

Ipotesi per un dibattito

Ma nella vita quotidiana non occorre certo scomodare i massimi sistemi filosofici o regole che rimandano a una teoretica del pensiero, basta pensare appunto nell'utilizzo dei mezzi di comunicazione alle funzioni che vari strumenti tecnici messi a disposizione possono svolgere. E difatti è la tecnica una delle grandi imputate di questo asservimento dei mezzi al giudizio o viceversa a seconda della prospettiva di chi guarda.

commentari alla società dello spettacolo il vero dramma della spettacolarizzazione è conoscere i manovratori e le loro intenzioni, e non soltanto valutare i potenziali effetti. Il difficile ma anche la vera sfida dell'uomo post-moderno è non solo giudicare il contesto comunicativo ma intuirne i retroscena da quelle piccole tracce che un qualunque messaggio lascia filtrare per poi prendere in futuro delle libere decisioni.

Spesso appunto vi è un'illusione che la realtà, l'accadimento, ciò che i mezzi vogliono raccontarci sia tutto ciò che noi possiamo vedere ma è appunto quanto meno ovvio che la scelta delle inquadrature o i commenti o i link nei computer vengono suggeriti da un "regista" o in ogni modo è l'abilità o le istruzioni date al cameramen che fanno il servizio. In ogni circostanza comunicativa si ha a disposizione solo una parte di ciò che è successo e nella descrizione dei fatti dobbiamo affidarci alla sensibilità del cronista e talvolta alle sue idee preconcepite. La consapevolezza delle potenziali manipolazioni mediatiche è soltanto uno dei requisiti per poterli valutare ma non il solo.

Come diceva Debord nei

Sommario:

Che cos'è l'etica

Il contesto della "contemporaneità"

Che cos'è l'etica della comunicazione

Teorie e scuole a confronto in materia di etica delle comunicazioni

Ipotesi per un dibattito

Bibliografia e approfondimenti

<http://fadest.uniud.it/coco/>

corsocomunicazione@uniud.it

© 2003

L'etica nella comunicazione di massa

Francesca Cosmi

Bibliografia e approfondimenti

Punto sulla situazione attuale dell'etica della comunicazione con un linguaggio tecnico-filosofico ma un'attenzione puntuale all'aspetto sociologico:

"Le sfide dell'etica"
Traduzione di Giovanna Bettini, di Zygmunt Bauman. Titolo dell'opera originale *Postmodern Ethics* (Blackwell Publishers, Oxford UK and Cambridge USA), Zygmunt Bauman 1993. Traduzione dall'inglese di Giovanna Bettini. Giangiaco Feltrinelli Editore Milano Prima edizione in "Campi del sapere" settembre 1996.

Come un giovane filosofo interpreta l'etica della comunicazione.

"Etica della comunicazione. Che cos'è l'ermeneutica filosofica" di Luca Bagetto, Paravia Scriptorium, G. B. Paravia & C. Spa, 1999, Paravia, Torino.

Il padre fondatore della scuola Etica nel suo testo principale.

"Etica della comunicazione" di K.-O. Apel, 1992, Editoriale Jaca Book, Milano, tutti i diritti riservati. Prima edizione italiana settembre 1992.

Un'interpretazione con una forte accentuazione etica

attraverso la rilettura del pensiero dei Padri della Chiesa.

"Filosofia della parola e della comunicazione (lezioni 1991)" di Adriano Paglietti, Euroma Editrice

Uno dei primi "apocalittici" nei confronti delle comunicazioni di massa.

ANDERS G., *Die antiquiertheit des Menschen*, Oscar Beck, München, 1956, trad. it. Della Piccola L., *L'uomo è antiquato*, Il Saggiatore, Milano, 1963.

L'illuminanti intuizioni del filosofo che volle guardare alla massa con i suoi stessi mezzi di comunicazione

BARTHES R., *MYTHOLOGIES*, trad. it, *Miti d'oggi*, con un scritto di Umberto Eco, Einaudi

Il versante italiano nel confronto sul tema dei problemi che sorgono nel mondo delle comunicazioni di massa

BETTETINI G., *La Conversazione Audiovisiva - Problemi nella enunciazione filmica e Televisiva* Studi Bompiani, Milano 1984

La pubblicità come argomento di discussione e spunto di riflessione.

CAVAZZA N., *Comuni-*

cazione e persuasione, Il Mulino, Bologna, 1997.

Una rivisitazione del pensiero del grande idealista greco.

CERRI G., *Platone sociologo della comunicazione*, Argo, Lecce, 1996.

Testo cardine per capire che tutto ciò che è comunicazione rientra in un contesto "spettacolare".

DEBORD G. E., *Commentaires sur la Société du spectacle*, Éditions Gérard Lebovici, Paris, 1988, *La Société du spectacle*, Éditions Gérard Lebovici, Paris, 1971, trad. it., *Commentari sulla società dello spettacolo e La società dello spettacolo*, SugarCo, Milano, 1988.

Analogie e differenze dei costumi nel senso di "mores" interpretati da Eco.

ECO UMBERTO, *Il costume di casa: evidenze e misteri dell'ideologia italiana*, V. Bompiani, Milano, 1973.

Come il linguaggio è in grado di influenzare la percezione dei cambiamenti e di conseguenza dia una portata interpretativa e politica ai suoi messaggi.

GALIMBERTI U., *Linguaggio e civiltà*, Mursia, Milano, 1977-1994.

Sommario:

Che cos'è l'etica

Il contesto della "contemporaneità"

Che cos'è l'etica della comunicazione

Teorie e scuole a confronto in materia di etica delle comunicazioni

Ipotesi per un dibattito

Bibliografia e approfondimenti

L'etica nella comunicazione di massa

Francesca Cosmi

Bibliografia e approfondimenti

La visione antropologica all'interno del "Mercato della comunicazione".

GHELEN A., *Urmensch und Spätkultur. Philosophische Ergebnisse und Aussagen*, Wiesbaden, 1986, trad. it., Tetamo E., *Le origini dell'uomo e la tarda cultura*, Il Saggiatore, Milano, 1994.

Per saperne di più...

"Il capitalismo è alle corde perché ha perso la base etica"
[Http://www.managerzen.it/articoli/articolo47.htm](http://www.managerzen.it/articoli/articolo47.htm)

"Il relativismo etico è l'unica via per la libertà?"
[Http://digilander.libero.it/eticamorale/quale_etica.htm](http://digilander.libero.it/eticamorale/quale_etica.htm)

Le intuizioni di un filosofo contemporaneo che comprende come comunicatori e filosofi possono trovare una traccia comune per osservare il Mondo.

SEVERINO E., *Nella tendenza fondamentale del nostro tempo*, Adelphi, Milano, 1988.

Un'analisi approfondita sui singoli mezzi di comunicazione.

THOMPSON J.B., *The Media and Modernity, A Social Theory of the Media*, Polity Press, Cambridge, 1955, trad. it., *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, Il Mulino, Bologna, 1998.

Sommario:

Che cos'è l'etica

Il contesto della "contemporaneità"

Che cos'è l'etica della comunicazione

Teorie e scuole a confronto in materia di etica delle comunicazioni

Ipotesi per un dibattito

Bibliografia e approfondimenti