

SOCIOLOGIA DELLE COMUNICAZIONI



R. Silverstone, *Perché studiare i media?*

XIII - Fiducia

XIV - Memoria

XV - L'altro

XVI - Verso una nuova politica dei media



fiducia

importanza dei media?

**capacità di creare e mantenere un ordine
(nella vita quotidiana)
e di trovare una posizione in questo ordine**

**la verità e la validità
di ciò che vediamo e ascoltiamo
devono essere
continuamente verificate**

**a livello di significati
i media sono un attrezzo
ma anche il prodotto**

contribuiscono sia alle certezze che alle incertezze



fiducia

spazio

identità

tempo

**le dimensioni essenziali dei processi sociali
sono oggi mediate dai media**

fiducia

memoria

alterità

**tre dimensioni della capacità dei media
di offrire un quadro interpretativo
sia della vita sociale, sia per la ricerca
di sicurezza e identità nel quotidiano**



**senza fiducia non potremmo sopravvivere
come soggetti sociali, economici, politici**

fiducia

**la fiducia su qualcuno è credere che,
quando gli viene offerta l'occasione,
egli non si comporterà in modo
tale da danneggiarci**

LA FIDUCIA E' "PERTINENTE" QUANDO...

- **almeno una parte è libera di deludere l'altra
(libera abbastanza da evitare una relazione pericolosa)**
- **e "costretta" abbastanza da considerare la relazione
una opzione avvincente**

fiducia è un congegno per far fronte alla libertà degli altri



*in tempi di crisi ascoltiamo più radio e TV
comperiamo più quotidiani....*

fiducia

**I MEDIA
CI TUTE
LANO**

impariamo a fidarci poco a poco degli altri...
impariamo a fidarci poco a poco delle cose materiali...
impariamo a fidarci poco a poco delle cose astratte...

- **impegnarci nelle sfide proposte dalla vita**
- **accettare passivamente le strutture del mondo**

**I MEDIA
CI INCO
RAGGIANO**

televisione, ma anche la radio prima, hanno svolto un ruolo decisivo nel permettere la nostra sicurezza ontologico la nostra fiducia nelle istituzioni, la nostra quotidianità

**ci affidiamo ai media per le informazioni
siamo arrivati a dipendere dai media x la nostra
SICUREZZA**



fiducia

i media occupano lo spazio
che un tempo era della
SUPERSTIZIONE
e della
RELIGIONE

**I MEDIA SONO SISTEMI ASTRATTI NEI QUALI PONIAMO FIDUCIA
E NON FUNZIONANO SEMZA LA NOSTRA ATTIVA PARTECIPAZIONE**

la fiducia non è un problema di volontà
ma si possono creare le condizioni perché la fiducia si crei

**LA FIDUCIA
NELLA SOCIETA POSTMODERNA
E' DIVENTATA MERCE**



dalla comunità alla società industriale fiducia

la fiducia è l'insieme delle aspettative condivise da quanti partecipano a uno scambio, ed esse si basano su norme basilari di comportamento e consuetudini



le aspettative sono infrante se le norme vengono indebolite o non possono essere mantenute

quando le società diventano complesse è più importante la produzione istituzionalizzata di fiducia

SE I MECCANISMI DELLA PRODUZIONE DI FIDUCIA DIVENTANO ISTITUZIONALI E CIOE' PIU FORMALI ALLORA LA FIDUCIA DIVENTA UN PRODOTTO COMMERCIBILE

**i media sono istituzioni in grado di dare fiducia alla società
i media sono processi nei quali occorre riporre fiducia**



dalla comunità alla società industriale fiducia

- **aspettative di fondo**
(universo comune e reciprocità di prospettive)
- **aspettative costitutive**
(regole di una specifica situazione che verosimilmente tutti conoscono e comprendono)



TRE MODI DI PRODUZIONE DELLA FIDUCIA

- **fiducia basata sul processo**
(comprensione e continuità culturale: la stima)
- **fiducia basata sulla caratteristica**
(basata su caratteristiche specifiche della persona)
- **fiducia basata sull'istituzione**
(riguarda istituzioni, professioni e intermediari incaricati di creare le condizioni per produrre e garantire la fiducia)

➔ **GENERA UN MERCATO DELLA FIDUCIA**



dalla comunità alla società industriale **fiducia**

...industrializzazioni, migrazioni, ecc. hanno creato condizioni in cui si sono disintegrate le forme tradizionali di fiducia...
(quelle basate su una cultura o una memoria comuni)

SERVIVANO NUOVE ISTITUZIONI PER RICREARE LA FIDUCIA

(organizzazioni burocratiche, economia dei servizi, legislazioni, le assicurazioni, ecc.)

E PER FAVORIRE, COSI', LE TRANSAZIONI

LA FIDUCIA E' COME L'INFORMAZIONE
NON SI ESAURISCE CON L'USO
PIU' CE N'E', PIU' E' PROBABILE CE NE SIA
SI ESAURISCE SE NON VIENE UTILIZZATA

**I MEDIA MODERNI OFFRONO
INFORMAZIONI E FIDUCIA
e ci invitano a credere nelle informazioni
e ad avere fiducia in loro**

INTERNET
provare x credere



dalla comunità alla società industriale **fiducia**

**SE NON CREDI
NEL PARTITO
CREDI NELL'UOMO!**

FIDELITY CARD!

**SE NON CREDI
NEL PRODOTTO
CREDI NELLA MARCA!**

**I MEDIA MODERNI
ci invitano ad avere fiducia in loro**

**è più facile diffidare che avere fiducia
non è mai difficile trovare una prova di inaffidabilità**



memoria

**... noi siamo ciò che ricordiamo
come individui, e come nazioni**

**LA MEMORIA OGGI E' IL LUOGO DEL CONFLITTO
PER L'IDENTITA' E PER IL POSSESSO DEL PASSATO**

quale passato?

**... col declino della cultura orale
non abbiamo più bisogno di ricordare collettivamente
ABBIAMO REGISTRAZIONI E TESTI
LA MEMORIA E' DIVENTATA UN OGGETTO
DA FISSARE E INDAGARE, SFIDARE E ANALIZZARE**



memoria

LA MEMORIA

è ciò che accade quando qualcosa è richiamato alla mente

la pluralità della memoria è una prova della pluralità del reale

**i fatti storici sono significativi rispetto a un giudizio di valore
non rispetto alla verità**

LA MEMORIA E' DIVENTATA UN PROBLEMA !!!

**la memoria è uno strumento per occupare una posizione fissa
nel tempo e specie nello spazio**

**I MEDIA SONO STRUMENTI PER ESPRIMERE UNA
MEMORIA CHE E' PUBBLICA, POPOLARE, PLAUSIBILE**



memoria

I MEDIA HANNO IL POTERE DI DEFINIRE IL PASSATO DI PRESENTARLO, DI RAPPRESENTARLO

...gli affreschi del passato come memoria...
...i simboli familiari della cultura e della fede...
COSI ACCADE ANCHE OGGI

LA MEMORIA PRODUCE EFFETTI

con i “testi” viene costruita una realtà altrimenti inaccessibile

...e non esiste distinzione chiara fra
rappresentazione storica e rappresentazione popolare

I MEDIA HANNO LA CAPACITA DI COSTRUIRE UN PASSATO PUBBLICO E UN PASSATO PER IL PUBBLICO



memoria

il tessuto della memoria si intreccia col tessuto dell'esperienza
LA MEMORIA E' UNA BATTAGLIA

...l'OLOCAUSTO

i media uniscono la memoria a un tempo particolare
...anche la memoria che ora creiamo con i media
è socialmente e storicamente situata

c'è più potenza e onestà
nel racconto di un testimone o in quello di un narratore
più nel fatto o più nella fiction ?

I RICORDI DEI MEDIA SONO RICORDI MEDIATI
la tecnologia ha consentito un legame ma si è anche intromessa
OGNI MEMORIA E' PARZIALE



memoria

**La storia è l'incudine in cui forgiamo le nostre identità
LA MEMORIA E' IL LUOGO DI MOLTISSIME AFFERMAZIONI E
CONTROAFFERMAZIONI**

**ed è la storia popolare, la memoria popolare
(la conoscenza non ufficiale sulla quale i media comandano)
che viene sempre più messa in discussione**

**al pari di una psicoanalisi a rovescio
che costruisce anziché decostruire
I MEDIA POSSONO ESSERE VISTI COME STORIA AL ROVESCIO
LA MEMORIA SI PROPONE COME PRODOTTO DEI MEDIA**



l'altro

...io sono il vostro **Altro** come voi siete il mio **Altro**

questa relazione con l'**Altro** è una sfida
in ciò divento o posso diventare un essere morale

l'esperienza è popolata di **Altre** persone
e la vita, con queste, è una vita morale (una vita sociale)

**TUTTO CIO CHE SIAMO, TUTTO CIO CHE FACCIAMO
DIPENDE DALLE NOSTRE RELAZIONI CON GLI ALTRI
da come li vediamo e li conosciamo
L'ALTRO E' UNO SPECCHIO IN CUI RICONOSCIAMO LA DIFFERENZA
E IN QUESTO COSTRUIAMO LA NOSTRA IDENTITA'
E LA PERCEZIONE DI NOI STESSI NEL MONDO**



l'altro

**L'ORIGINE
DELLA MORALE
E' NELLA
SFERA SOCIALE
(Z.Bauman)**

"ESSERE CON GLI ALTRI"

è il fatto esistenziale
fondamentale e significa
un'assunzione di
responsabilità verso gli altri

**MORALITA'
ED ETICA SONO
PRECONDIZIONE
DELLA VITA
SOCIALE
(E. Levinas)**

(senza che ci si attenda dagli altri
analoga assunzione?)

**nei sistemi sociali premoderni si è formato un insieme di
comunità sociali umane molto frammentato
LA GLOBALIZZAZIONE CREA UN MONDO UNICO
l'umanità per alcuni aspetti diventa un "noi", e in certe occasioni
non ci sono "altri"**

C'E' UN PROBLEMA DI DISTANZA E UNO DI SOGGETTIVITA'



l'altro

LA DISTANZA

dichiarare che un ebreo non era un essere umano
significa espellerlo dal proprio immaginario
considerarlo un “altro”
creare una distanza, un distanziamento

**la possibilità di connettersi tecnologicamente
(riduce) mantiene la distanza (non la annulla)**
(la guerra del golfo “non è mai accaduta”)

**la tecnologia può isolare e annullare l'Altro
e senza l'Altro siamo persi**

**la tecnologia può anche portare l'Altro troppo vicino
e se le cose sono troppo vicine non le vediamo**
(i poveri devono proprio sembrare poveri per essere riconosciuti come tali)

l'altro



LA DISTANZA

**la sensazione è che i media, e la loro tecnologia,
ci fanno confrontare con una amoralità “strutturale”
(non con una immoralità)**

**creano distanza e la mascherano come vicinanza
ci connettono e ci tengono separati
simulano e dissimulano
e così facendo RIDUCONO LA VISIBILITA' E VIVIDEZZA DELL'ALTRO**

**...ZAP
PING**

**il “come se” del nostro mondo mediale è amorale
e l'amoralità è espressa e rinforzata dal carattere
effimero e sostituibile dei media stessi e delle loro
rappresentazioni**



l'altro

LA DISTANZA LA SOGGETTIVITA

**noi come soggetti risultiamo “frammentati” (Bauman)
è in atto un “sequestro dell’esperienza” (Giddens)**

...sta scomparendo il soggetto “morale” ?

...un soggetto non più (non solo) monade ma nomade

...soggetto e identità oggi sono concepiti al plurale

**è proprio rispetto ai media,
alla rappresentazione e alla comunicazione mediale
che dobbiamo posizionarci sempre più come
soggetti morali**



l'altro

LA MORALITÀ SI TROVA NELLA RELAZIONE FRA SE' E L'ALTRO

...ma c'è anche un problema di verità...

**la verità nei media è come la comunità nella società:
se ne scopre il valore, e diventa punto di interesse,
quando sta per scomparire**

**... la tecnologia ha la capacità di distanziarci
dalla verità... il digitale è destinato a mentire,
porta l'amoralità a nuove vette...**

l'altro



**dal momento che le relazioni fra gli
esseri umani oggi dipendono dalla loro
mediazione elettronica,
e il modo in cui ci trattiamo reciprocamente
e trattiamo le concezioni, gli interessi,
gli ideali degli altri dipendono dal modo
in cui li comunicano i media elettronici,
allora dobbiamo accettare la sfida:
**SIAMO IMPEGNATI IN UNA
ANALISI ETICA****