

COMUNICAZIONE punto **doc**

Rivista della Scuola di Dottorato Mediatrends della Sapienza Università di Roma

NUMERO 13 - DICEMBRE 2015

LOGO FAUSTO LUPETTI EDITORE
- BOLOGNA -

Comunicazionepuntodoc
Numero 13 – dicembre 2015

Rivista semestrale
Registrazione presso il Tribunale di
Milano n. 134 del 20-03-2009
Issn 2282-0140
Isbn 978-88-6874-124-2

Direzione editoriale

Logo Fausto Lupetti Editore
Via del Pratello, 31 – 40122 Bologna
Tel. 0039 051 5870786

In coedizione con
Galatea srl
Piazza Grandi, 24 – 20137 Milano
www.faustolupettieditore.it

www.comunicazionepuntodoc.it
comunicazionepuntodoc@uniroma1.it

*L'immagine raffigurata in copertina è
un'opera originale di Ciriaco Campus
realizzata per Comunicazionepuntodoc*

Direttore responsabile

Mario Morcellini, Sapienza Università di Roma

Comitato Scientifico

Maria Stella Agnoli, Sapienza Università di Roma

Davide Borrelli, Università del Salento

Louis Begioni, Università di Roma Tor Vergata, Université Charles-de-Gaulle - Lille 3

Mauro Cerbino, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales - Sede Ecuador

Simona Colarizi, Sapienza Università di Roma

Nicolò Costa, Università di Roma Tor Vergata

Peter Dahlgren, Lund University

Franca Faccioli, Sapienza Università di Roma

Giovambattista Fatelli, Sapienza Università di Roma

Renato Fontana, Sapienza Università di Roma

María Gómez y Patiño, Universidad de Zaragoza

Valeria Giordano, Sapienza Università di Roma

Jeong-Nam Kim, Purdue University

Charo Lacalle, Universitat Autònoma de Barcelona

Silvia Leonzi, Sapienza Università di Roma

Felipe Julián Hernández Lorca, Universidad de Murcia

Geert Lovink, Universiteit van Amsterdam

Jorge Luis Lozano Hernández, Universidad Complutense de Madrid

Rolando Marini, Università per Stranieri di Perugia

Barbara Mazza, Sapienza Università di Roma

Raffaella Messinetti, Sapienza Università di Roma

Maciej Miżejewski, Uniwersytet Jagielloński, Kraków

Mario Morcellini, Sapienza Università di Roma

Pierre Musso, Université de Rennes 2

Anna Lucia Natale, Sapienza Università di Roma

Isabella Pezzini, Sapienza Università di Roma

Michele Prospero, Sapienza Università di Roma

Diana Salzano, Università di Salerno

Juan Carlos Suárez Villegas, Universidad de Sevilla

Comunicazionepuntodoc è la rivista progettata e curata dalla *community* di dottorandi, dottori di ricerca, ricercatori e docenti della Scuola di Dottorato *Mediatrends. Storia, Politica, Società* della Sapienza Università di Roma.

La rivista affianca i contributi dei giovani studiosi alle competenze più esperte dei formatori, dei ricercatori e dei docenti, al fine di creare un dialogo di saperi in cui mettere in scena punti di vista differenti e sfondi interpretativi originali, lasciando ampio spazio alle nuove prospettive di ricerca.

Comunicazionepuntodoc è uno strumento di conoscenza rivolto agli studiosi delle aree di Comunicazione e Scienze Sociali degli atenei italiani e del panorama accademico internazionale, che possono contribuire con propri articoli.

La struttura della rivista prevede una sezione monografica dedicata a uno specifico tema (saggi, articoli, interventi e interviste) e uno spazio dedicato in maniera trasversale e transdisciplinare alle diverse tematiche di ricerca delle Scienze della Comunicazione: l'analisi dei prodotti mediali, la sociologia del lavoro e delle professioni, le scienze semiotiche, i contenuti e le piattaforme espressive dei media digitali, la comunicazione politica, l'innovazione comunicativa nella Pubblica Amministrazione, l'approccio transdisciplinare alla comunicazione scientifica, il rapporto tra etica e comunicazione, la comunicazione ambientale.

Coordinamento editoriale: Christian Ruggiero

Comitato di Redazione:

Marzia Antenore
Erica Antonini
Marco Bruno
Francesca Colella
Francesca Comunello
Mihaela Gavrila
Michaela Liuccio
Fabrizio Martire
Fabio Matassa
Laura Minestrone
Simone Mulargia
Paola Panarese
Stefania Parisi
Alessandro Porrovecchio
Andrea Rocchi
Cristina Sofia
Marialuisa Stazio
Federico Tarquini
Lorenzo Ugolini
Elena Valentini
Guido Vitiello

Redazione:

Marta Almela Salvador
Giulia Andronico
Monika Bukat
Katia Chiusino
Elia Cornelio-Mari
Vera D'Antonio
Martina Ferrucci
Chiara Landi
Marco Laudonio
Raffaele Lombardi
Claudio Marciano
Massimiliano Pistonesi
Stefania Pizza
Giulia Rossi
Giovanni Santonastaso

Editoriale

Tra media e terrorismo manca la società

di Mario Morcellini

Il nuovo millennio si apre con una manifestazione eclatante della potenza del terrorismo globale contemporaneo: gli attentati *spettacolari* alle Twin Towers, nel settembre 2001, pongono d'improvviso l'opinione pubblica mondiale dinanzi alla certezza che un salto di qualità nella strategia del terrore era ormai compiuto, e che di lì in avanti nulla sarebbe più stato come prima nei rapporti tra le democrazie e gli estremismi politico-religiosi. Dopo quindici anni in cui abbiamo assistito a guerre condotte in nome della lotta al terrore che non hanno ridotto il livello di criticità dello scenario politico mondiale, *l'ondata di attentati e stragi appare addirittura in crescita*, pur assumendo un andamento carsico e mutando forme e luoghi dell'azione.

Dinanzi all'*escalation* del fenomeno, arrivato a lambire le metropoli europee oltre che a manifestarsi con sempre maggiore ferocia nelle regioni interessate dall'ascesa di regimi estremisti, gli osservatori sono spesso colpiti dall'adesione alle ideologie del terrore da parte di giovani immigrati di seconda o terza generazione, dunque di soggetti che per nascita e formazione sono pienamente inseriti dentro la cornice culturale dell'Occidente. Sappiamo che la riflessione su questo tema è assai complessa, perché chiama in causa quello stesso Occidente che appariva agli stessi genitori di quei giovani come un luogo verso cui

muoversi per garantire un futuro migliore ai propri figli, una promessa di libertà e di maggiore agiatezza, o addirittura la fuga da un inferno di guerra e miseria. Ma sappiamo anche che, in molti casi, le nostre società non sono state all'altezza delle aspettative maturate da larghe fasce di popolazione immigrata: l'accoglienza è stata spesso un'accoglienza *dimezzata*, e così l'integrazione e le speranze di avere accesso a quell'ascensore sociale che caratterizzava le nostre società solo fino a qualche decennio fa.

L'osservazione più immediata potrebbe indurre a stabilire relazioni e nessi di causalità tra la provenienza da queste aree di marginalità sociale ed economica e propensione ad aderire a gruppi terroristici. E certo non vi è dubbio che la crisi che ha colpito l'economia mondiale abbia contribuito ad accentuare le disuguaglianze, accrescendo, nelle coscienze di molti giovani musulmani, anche nati in Europa, il senso di una irrimediabile ingiustizia. Il gesto estremo, in onore di una religione che diviene strumento di riscatto, può allora apparire una risposta, distruttiva ma necessaria a dare il segno di un rifiuto.

Un rifiuto che si esercita innanzitutto nei confronti della cultura, dei consumi materiali e culturali, delle relazioni interpersonali e di quelle tra i generi: un desiderio di annientamento che sceglie la strada dell'opposizione agli stili di vita invece che ai meccanismi di una economia dello sfruttamento. Ma nonostante quella che potremmo considerare come un'evidenza, la relazione tra marginalità e terrorismo continua ad apparirci, se non del tutto inappropriata, almeno insufficiente per descrivere il successo che le organizzazioni terroristiche riscuotono tra le nuove generazioni di immigrati.

Da studiosi di lungo corso del rapporto tra media e società, abbiamo allora il dovere di evidenziare un'altra prospettiva di osservazione dei fatti e di proporla alla riflessione collettiva. Il focus di questo numero monografico si sposta dunque, inevitabilmente, sul ruolo che la comunicazione assume dinanzi al "nemico" politico per eccellenza dei nostri tempi: il terrorismo. Si tratta di una "pista" di studio che mira a mettere in luce i nessi tra la sovrabbondanza di informazione e comunicazione

delle immagini del terrore e l'aumento dell'insicurezza percepita presso l'opinione pubblica: un compito che non si può evidentemente assolvere senza adottare una lente multifocale di osservazione, e dunque una prospettiva *comprensiva* delle molte forme che la comunicazione contemporanea offre alla diffusione delle azioni terroristiche e più in generale alle strategie dei gruppi che le promuovono.

È innegabile infatti che il terrorismo si sia alimentato anche di una sorta di disposizione dei media a fare da amplificatori dei suoi messaggi, al punto che appare oggi impossibile un processo di sottrazione alle narrazioni, anche e soprattutto fondate sulla dimensione *visuale* della comunicazione, che diffondono paura. Perché se è vero che la moltiplicazione dei canali e dei media ha reso molto più ampia che in passato l'offerta di messaggi, e dunque la possibilità di costruire posizioni e punti di vista più ricchi e articolati, non possiamo non riconoscere che, rispetto al fenomeno in questione, *assistiamo a una sorta di rappresentazione omologata, un pensiero unico della narrazione del terrore.*

Il continuo ricorso ai numeri degli attentati, alla conta dei morti e dei feriti rischia di potenziare gli effetti di disorientamento e lasciare spazio agli istinti più irrazionali, laddove dinanzi a episodi tanto gravi i media delle democrazie mature dovrebbero al contrario esercitare una funzione diversa, orientata sì al racconto dei fatti, ma anche a fornire strumenti di comprensione ai pubblici. Sono in particolare i mass media ad aver improntato la narrazione del terrore a una vera e propria *serialità* che trascende il dovere stesso di informare e diviene quasi un genere a sé, finendo per alimentare un clima d'opinione paradossalmente funzionale alle stesse organizzazioni terroristiche, sebbene anche la rete giochi un ruolo fondamentale nel veicolare in maniera più diretta le immagini e i contenuti della propaganda del terrore.

Occorre qui un passo indietro, utile a sistematizzare le nostre riflessioni nella cornice del più ampio rapporto tra *comunicazione ed emergenza*. La tematica dell'insicurezza rappresenta una dimensione centrale delle società contemporanee, oltre che

una chiave di lettura delle relazioni e delle forme di convivenza che caratterizzano quelle stesse società. È perfino superfluo il riferimento alle fortune di autori come Ulrich Beck (1986), Anthony Giddens (1990) o Zygmunt Bauman (2000), che proprio su questi temi hanno costruito efficaci rappresentazioni del sentire sociale contemporaneo. Ed è un fatto che diverse discipline, dalla sociologia alla politologia fino alla psicologia sociale utilizzino un lessico ormai comune per descrivere la condizione del soggetto contemporaneo facendo ricorso a termini come incertezza, rischio, ansia, paura, insicurezza e vulnerabilità, il cui uso frequente, anche metaforico, rinvia inequivocabilmente a una sorta di “società della paura”.

È allo stesso tempo innegabile che il tema abbia assunto una più forte rilevanza scientifica (oltreché politica e sociale) dopo gli attentati dell'11 settembre 2001, cui ci riferivamo in apertura. L'aggressione alle Torri rappresenta un punto di svolta nella narrazione comunicativa d'emergenza, soprattutto per il suo impatto sulle percezioni sociali (Morcellini, 2003; Chomsky, 2003): media e sistemi informativi assumono a partire da quel momento una più forte *centralità* nei momenti di emergenza. Il rapporto media/terrorismo ha così ricevuto un'attenzione sempre crescente dalla riflessione scientifica (Altheide, 2006; Crenshaw, 2011; Ranstorp, 2007; Weimann, 2014), tanto da suggerirci la possibilità che la trasformazione organizzativa e cognitiva della società contemporanea presenti un risvolto simmetrico negli stili comunicativi del terrorismo.

Le organizzazioni del terrore hanno interiorizzato e fatto proprie determinate strategie di comunicazione, in stretta connessione, e in un inedito rapporto di scambio con le caratteristiche e i principi della *media logic*. Tra le tante testimonianze che possiamo portare a favore di questa tesi, ricordiamo che nell'attacco terroristico del 2008 a Mumbai (Onook Oh et al. 2011) il flusso dei messaggi sui social media è stato utilizzato dai terroristi per acquisire informazioni contestuali al fine di rendere maggiormente incisiva l'azione sul terreno. Se invece guardiamo ai recenti attentati di Parigi del novembre 2015, ci accorgiamo che i media hanno agito su un duplice binario: da un lato in maniera

quasi strumentale agli obiettivi del terrore (pensiamo alle dirette televisive no-stop), dall'altro promuovendo la coesione sociale (e possiamo qui ricordare il successo dell'hashtag #PorteOuverte come veicolo di solidarietà).

La complessità del fenomeno terroristico, coniugata con l'elevato livello di urgenza in frangenti dominati dall'incertezza e dalla paura, rende estremamente difficile individuare strategie narrative adeguate: gli effetti di questa difficoltà sono evidenti sulla rappresentazione mediatica e sulla percezione del rischio da parte dei pubblici (Hess, Kalb, 2003; Haberfeld, von Hassell, 2009; Seib, Janbek, 2010; Huyghe, 2011). L'oggettiva impreparazione dei media a fornire elementi di contestualizzazione degli eventi, e la scelta di uno stile narrativo modellato sul registro della cronaca, sono fattori ricorrenti nelle rappresentazioni delle emergenze: in questi momenti, le teorie e le prassi narrative della realtà sociale nei media occidentali sono dunque duramente messe alla prova, con il risultato che la violenza scatenata dalle strategie del terrore trova una sua amplificazione simbolica nei racconti dei media. Il benessere e l'equilibrio sociale e individuale ne escono incrinati, e al contempo gli atteggiamenti e i comportamenti dei pubblici esposti alla pressione mediatica si modificano (Galtung, 1968; Bourdieu e Passeron, 1970; Boltanski, 2000).

Il binomio sicurezza/comunicazione è dunque decisivo per capire il nostro mondo. Ma occorre dire con chiarezza che i grandi affreschi della contemporaneità fondati sull'incertezza diventano ancor più comprensibili se chiamiamo in causa l'eccesso della comunicazione del male (Altheide, 2002).

Questa scelta risulta ancor più convincente nel momento in cui si affronta una comprensione contestualizzata della minaccia \ terrorismo. Il prepotente ritorno di questo fenomeno sulla scena non avviene infatti nel vuoto comunicativo, ma dentro una già studiata predisposizione dei media a prelevare dagli accadimenti della realtà quelli con caratteristiche corrispondenti alla *media logic* o più suscettibili di essere ricontestualizzati secondo i suoi canoni: pensiamo qui a eventi straordinari ma anche a conflitti drammatizzati senza porre attenzione ai processi di

negoziiazione e di cooperazione. La funzione dei media diviene così di ostacolo al corretto svolgimento della democrazia e alla formazione della cittadinanza (Dahlgren & Sparks, 1991; Schudson, 1998).

Il linguaggio semplificante e sensazionalistico, oltre a potenziare il messaggio del terrore, condiziona l'apprendimento e la diffusione della conoscenza nel pubblico delle società contemporanee anche generando e "coltivando" processi di acculturazione dannosi per la coesione sociale. E la scelta di questo lessico, grazie alla posizione dominante dei media, modifica gli altri linguaggi, in primis quello della politica, e pervade il discorso pubblico. Sulla base di questo strumentario concettuale si sviluppa un filone che sottolinea l'importanza delle notizie relative al crimine e al terrorismo per il giornalismo spettacolarizzato (Altheide, 2006) anche in contesti di servizio pubblico (Langer, 1998).

Da questa sintetica disamina dei molti temi che il rapporto tra informazione, media e terrorismo pone all'attenzione degli studiosi, nasce dunque l'esigenza di una riflessione più approfondita e meno "viziata" dai tempi brevi della reazione politica o sociale all'emergenza: questa la motivazione che ci ha portati a dedicare un numero della Rivista al tema, e a declinarlo in una pluralità di stimoli che, nelle nostre intenzioni, puntano a restituirne la complessità e le molteplici sfaccettature.

A patto che ci si intenda su una questione di fondo: *la sconfitta politica del terrorismo deve necessariamente passare per una sua sconfitta culturale*, sia puntando a un innalzamento delle conoscenze sul fenomeno – il primo passo per una risposta davvero adeguata alla minaccia che esso porta alle nostre società – sia riaffermando gli aspetti positivi e non negoziabili di un'identità culturale europea. Il richiamo ad una eredità culturale e valoriale di inclusione, accoglienza, partecipazione e democrazia che condividiamo, e che intendiamo far vivere e rivivere costantemente nella pratica quotidiana, rappresenta un preciso ancoraggio sociale contro la penetrazione del trionfalismo terrorista e la disfatta delle istituzioni che poggiano sulla nostra importante eredità condivisa.

Lo ribadiamo una volta di più, rinviando alle pagine che seguono approfondimenti e studi di casi: *la comunicazione da sola non può rappresentare un antidoto efficace alla paura e alla solitudine dei singoli dinanzi all'insicurezza percepita*. Ma è anche vero che senza un rinnovamento radicale e concreto degli stili di comunicazione del male¹ e del terrorismo, nessuna società potrà sottrarsi all'ipoteca della paura.

Note

¹ Per una disamina più articolata del tema, cfr. il numero monografico di “Comunicazione punto doc” n7/2013, intitolato *Necrologie. La comunicazione in abito nero*.

Riferimenti delle opere citate nel testo e bibliografia d'interesse

ALTHEIDE, DAVID L., 2006, *Terrorism and the Politics of Fear*, Lanham, AltaMira Press.

ALTHEIDE DAVID L., 2002, *Creating Fear: News and the Construction of Crisis*, Aldine Transactions, Piscataway, New Jersey.

BAUMAN ZYGMUNT, 2000, *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari 2002.

BECK ULRICH, 1986, *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, Carocci, Roma 2000.

BOLTANSKI LUC, 2000, *Lo spettacolo del dolore*, Raffaello Cortina, Milano.

BOURDIEU PIERRE, PASSERON, JEAN-CLAUDE, 1970, *La reproduction. Éléments pour une théorie du système d'enseignement*, Minuit, Paris.

CHOMSKY NOAM, 2003, *Power and Terror: Post-9/11 Talks and Interviews*, Seven Stories Press, New York.

CRENSHAW MARTHA, 2011, *Explaining Terrorism: Causes, Processes and Consequences*, Routledge, London & New York.

DAHLGREN PETER, SPARKS COLIN, 1991, *Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*, Routledge, London & New York.

GALTUNG JOHAN, 1968, *Violence, Peace and Peace Research*, in *Journal of Peace Research*, 23, 9.

GIDDENS ANTHONY, 1990, *Le conseguenze della modernità. Fiducia e rischio, sicurezza e pericolo*, il Mulino, Bologna 1994.

HABERFELD M.R., VON HASSELL AGOSTINO, A CURA DI, 2009, *A New Understanding of Terrorism Case Studies, Trajectories and Lessons Learned*, Springer, New York.

HESS STEPHEN, KALB MARVIN, 2003, *The Media and the War on Terrorism*, The Brookings Institution, Washington, DC.

HUYGHE FRANÇOIS BERNARD, 2011, *Terrorisme, médias, violence : histoire de la communication*, paper disponibile all'indirizzo http://www.huyghe.fr/actu_428.htm.

LANGER JOHN, 1998, *Tabloid television: popular journalism and the "other news"*, Routledge, London & New York.

MORCELLINI MARIO, 2003, *Torri crollanti. Comunicazione, media e nuovi terrorismi dopo l'11 settembre*, FrancoAngeli, Milano.

OH ONOOK, AGRAWAL MANISH, RAO H. RAGHAV, 2011, *Information Control and Terrorism: Tracking the Mumbai Terrorist Attack through Twitter*, in *Information Systems Frontier*, 13.

RANSTORP MAGNUS, 2007, *Mapping Terrorism Research: State of the Art, Gaps and Future Direction*, Routledge, London & New York.

SCHUDSON MICHAEL, 1998, *Il buon cittadino. Una storia di vita civica americana*, Rubbettino, Soveria Mannelli 2010.

SEIB PHILIP, JANBEK DANA M., 2010, *Global Terrorism and New Media: The Post-Al Qaeda Generation*, Routledge, London & New York.

WEIMANN GABRIEL, 2014, *New Terrorism and New Media*", Woodrow Wilson Center Report, Washington DC, paper disponibile all'indirizzo: www.wilsoncenter.org/publication/new-terrorism-and-new-media-1.

Referaggio dei contenuti

Comunicazionepuntodoc adotta una politica di referaggio "doppio-cieco" (double-blind). Inoltre, i contributi di autori riferibili alla Sapienza Università di Roma sono sottoposti a referee anonimi appartenenti ad altri Atenei.

La doppia mission di

Comunicazionepuntodoc si realizza:

- attraverso il continuo confronto scientifico e critico tra dottorandi, dottori di ricerca e giovani ricercatori da una parte, ed importanti esponenti delle Scienze Sociali e dei *professionisti dello spazio pubblico* dall'altra;
- grazie alla diffusione della conoscenza resa possibile dall'invio di contributi da parte di dottorandi, dottori di ricerca e giovani ricercatori impegnati a livello nazionale e internazionale nella ricerca nel campo delle Scienze Sociali.

Per inviare contributi e proposte:

comunicazionepuntodoc@uniroma1.it

Comunicazionepuntodoc

è la Rivista semestrale della Scuola di Dottorato *Mediatrends. Storia, Politica, Società* della Sapienza Università di Roma.

Registrazione presso il Tribunale di Milano
n. 134 del 20-03-2009

- Un singolo numero Euro 12,00
- Abbonamento annuale Euro 20,00
(Spedizione gratuita)
- Abbonamento 4 numeri Euro 30,00
(Spedizione gratuita)

Per abbonarsi online

www.faustolupettieditore.it

Per abbonarsi Banco Posta

c.c postale n.92525948

Intestato a Logo Fausto Lupetti Editore

Responsabile abbonamenti

danielelupetti@fastwebnet.it

Telefono 0039 02 36536238

L'editore garantisce il trattamento dei dati personali forniti dagli abbonati nel rispetto e a tutela della riservatezza a norma della legge 675/96 e dell'art. 13 del D.lgs 196/2003