

Claudia Paganini

**VALORI
PER UN'ETICA DEI MEDIA**



Un approccio ricostruttivo

SOPHIA

Epistēme/Studi e ricerche ● 23

CLAUDIA PAGANINI

VALORI PER UN'ETICA DEI MEDIA

UN APPROCCIO RICOSTRUTTIVO

 EDIZIONI
MESSAGGERO
PADOVA



FACOLTÀ
TEOLOGICA
DEL TRIVENETO

ISBN 978-88-250-5387-6

ISBN 978-88-250-5389-0 (PDF)

ISBN 978-88-250-5388-3 (EPUB)

Copyright © 2022 by P.I.S.A.P. F.M.C.

MESSAGGERO DI SANT'ANTONIO - EDITRICE

Basilica del Santo - Via Orto Botanico, 11 - 35123 Padova

www.edizionimessaggero.it

FACOLTÀ TEOLOGICA DEL TRIVENETO

Via del Seminario, 7 - 35122 Padova

www.fttr.it

Quest'opera è protetta dalla Legge sul diritto d'autore.

È vietata ogni duplicazione, anche parziale, non autorizzata.

AL POSTO DI UN'INTRODUZIONE

Ma ora qualcosa di miracoloso stava accadendo qui – stava accadendo, proprio ora! C'era un maledetto disco volante là fuori. Lo stavo fissando.

Ed ero abbastanza sicuro che si stesse avvicinando. [...] Si stava decisamente avvicinando. Potevo vedere la sua forma in modo più dettagliato, adesso. Il disco volante si inclinò lateralmente per alcuni secondi, ed ebbi la mia prima chiara visione del suo profilo dall'alto, e vidi che non era affatto un disco volante. Da questa angolazione, potevo vedere che il suo scafo simmetrico assomigliava alla lama di un'ascia da battaglia a due teste e che un prisma nero ottagonale si trovava al centro tra le sue lunghe ali seghettate, scintillando nella luce del sole del mattino come un gioiello scuro.

Fu allora che sentii che il mio cervello cominciava ad andare in cortocircuito, perché non c'era dubbio sul design distintivo dell'imbarcazione. Dopo tutto, l'avevo visto quasi ogni notte negli ultimi anni, attraverso un reticolo di puntamento. Stavo guardando un Sobrukai Glaive, uno dei caccia pilotati dai cattivi alieni in *Armada*, il mio videogioco preferito.

Il che era, ovviamente, impossibile. Come vedere un TIE-Fighter o un Warbird Klingon che attraversano il cielo. I Sobrukai e i loro Glaive Fighters erano creazioni fittizie dei videogiochi. Non esistevano nel mondo reale – non potevano. Nella realtà, i videogiochi non prendevano vita e le astronavi immaginarie non ronzavano nei cieli della tua città¹.

Eppure: l'impensabile accade. Almeno nell'ultimo romanzo dell'autore americano di best-seller Ernest Cline. Mentre Zack Lightman, il narratore in prima persona, e tutti gli altri Gamer avevano combattuto fino a quel momento, in gran parte inosservati, battaglie virtuali sui loro computer, ora che il gioco per computer *Armada* era diventato realtà e un'invasione aliena minacciava l'esistenza della stessa civiltà umana, si ritrovavano a essere gli eroi dell'umanità. Solo loro avevano infatti il know-how necessario per salvare la Terra. Nelle prime pagine della sua storia, tuttavia, Cline non solo pone le basi per un emozionante thriller fantascientifico e, incidentalmente, per

¹CLINE, *Armada*, cap. I.

un'analisi letteraria d'importanti problematiche inerenti all'etica dei media – come le interazioni tra realtà virtuale e quella non virtuale –, ma rende allo stesso tempo tangibili quelle due costanti fondamentali che hanno caratterizzato la storia dell'uomo nel suo rapporto con i mezzi di comunicazione fin dall'inizio: fascino e irritazione.

I media – e le possibilità di azione che nascono dal loro uso – hanno sempre ispirato il pensiero umano. Inoltre, se si è disposti a leggere la storia della filosofia controcorrente, a ben guardare si potrebbe anche affermare con Stefan Münker che questa storia – a partire dal *Fedro* di Platone e dalla sua attenzione al fenomeno della scrittura – è, in definitiva, tutta un «confronto dei rispettivi filosofi con i mezzi di comunicazione a loro disponibili in un determinato periodo storico»². Il fascino, però, era ed è strettamente accompagnato dall'irritazione, che diviene particolarmente evidente in tempi in cui i mutamenti mediatici sono radicali. Questo si osservò già nell'antico Oriente, dove i primi messaggi orali messi per iscritto furono accolti con grande scetticismo³, ma lo si nota anche nei momenti centrali dell'età moderna che ci sono più abituali: l'invenzione della stampa e della fotografia, la creazione della radio, del cinema, della televisione e dei computer⁴. Fascino e irritazione sono continuamente in tensione tra loro. Questa tensione però può essere superata e resa fruttuosa, se si riesce a unire entrambe le componenti in una critica costruttiva.

Ed è proprio una critica costruttiva ciò a cui mira l'etica dei mezzi comunicazione di massa o, almeno, ciò a cui mira un'etica dei media secondo la comprensione a partire dalla quale è stato scritto il presente lavoro. In ogni caso, le seguenti considerazioni sono state sviluppate prendendo avvio dal fascino e dalla curiosità per le possibilità che si sviluppano nella comunicazione mediatica, ma anche nella consapevolezza dei suoi pericoli e dei suoi lati oscuri⁵.

Tra questo essere attratti e, allo stesso tempo, essere messi in guardia, si proverà a sviluppare un approccio normativo che persegua diversi obiettivi fondamentali. Da un lato, si deve evidenziare un'etica dei media che ne prenda in considerazione tutti i settori. Dall'altro, si deve formulare un'etica dei media che – di fronte ai problemi – sia in grado di dare risposte concrete anche dal punto di vista contenutistico. A tal fine si partirà dalle convinzioni morali degli agenti (giornalisti e operatori del mondo dei mass media), anche se le basi teoriche devono rimanere il più possibile comprensibili e gestibili anche per un pubblico e per problematiche più ampie. L'etica dei media

² MÜNKER, *Philosophie nach dem «Medial Turn»*, p. 15.

³ PAGANINI, *Auf der Suche*, pp. 195-207.

⁴ IRRGANG, *Praktische Ethik*.

⁵ ZAVOLI, *Esigenze etiche e nuovi scenari della comunicazione*.

che si verrà a delineare mira inoltre ad avere un effetto motivante, a essere – idealmente – capace di raggiungere un ampio consenso e, infine, a essere collegabile a quegli approcci normativi a partire dai quali viene attualmente praticata⁶.

Come punto di partenza per questa impresa verrà utilizzata la mia tesi di abilitazione presentata all'Istituto Accademico Filosofico di Monaco di Baviera (*Hochschule für Philosophie*) nel semestre estivo 2018⁷. Tuttavia, il testo originale è stato ampiamente rivisto perché – come è normale in una tesi di abilitazione accademica – era troppo esteso nelle parti in cui si trattava di dimostrare la propria qualificazione e competenza scientifica e invece troppo scarno in altre che trattavano aspetti più pratici. Il presente lavoro è pertanto da un lato, una versione significativamente abbreviata della mia abilitazione, dall'altro è – altrettanto significativamente – più esteso, al fine di poter presentare i risultati anche a un pubblico più ampio aggiungendo osservazioni e indicazioni bibliografiche relative al contesto italiano.

⁶Una problematica simile viene affrontata in BETTETINI - FUMAGALLI, *Quel che resta dei media*.

⁷PAGANINI, *Entwurf einer rekonstruktiven Medienethik*.

CAPITOLO PRIMO

COS'È L'ETICA DEI MEDIA

In questo primo capitolo, di carattere metodologico, verranno discussi i concetti centrali e verranno illuminate le aree di maggior rilievo in cui opera l'etica dei media¹. A una discussione sul termine «media»², seguiranno alcune considerazioni generali riguardanti le caratteristiche di una particolare etica di settore e la sua relazione con l'etica generale. Successivamente verrà proposta una definizione operativa di etica dei media e verrà definita la sua area tematica. In conclusione, verranno proposte una differenziazione dell'etica dei media da altri settori particolari dell'etica e una classificazione del soggetto in questione.

1. Il mezzo di comunicazione

Se ci si avvicina alla questione di che cosa sia l'etica dei media dal punto di vista terminologico, ci si deve naturalmente domandare cosa si intenda per «media» o «mezzo di comunicazione»³. Il termine «media» viene dal latino (lat. *medium*, medio; gr. μέσον, il mezzo) e significa, prima di tutto, il punto di mezzo. Poiché il punto di mezzo non esiste da solo ma è, appunto, un «punto tra», ha senso parlare di un mezzo solamente se esso è in connessione con almeno altre due entità. «Media» è quindi un concetto relazionale⁴, il cui contenuto dipende dalle quantità che tra loro sono in relazione.

Il carattere aperto del termine si riflette nella moltitudine di definizioni

¹ BETTETINI - FUMAGALLI, *Quel che resta dei media*.

² Una visione d'insieme la si trova in THIES, *Medienethik*, p. 206.

³ GARNCARZ, *Medienwandel*, p. 15, sottolinea che all'inizio del XX secolo il termine «medium» era usato principalmente al singolare, ma dalla fine del XX secolo è stato usato invece prevalentemente al plurale.

⁴ KERLEN, *Einführung in die Medienkunde*, p. 9.

esistenti. Oltre a «mezzi umani» come i messaggeri⁵, gli indovini o i sacerdoti, ci sono «mezzi di successo» come il denaro o il potere, «mezzi linguistici», «mezzi liturgici», ecc. Nella letteratura i media vengono classificati anche come «canali tecnici», mentre i teorici dei sistemi comprendono i media principalmente come interazioni sociali. Altri ancora si riferiscono ai media come mezzi estetici di comunicazione e altri definiscono i media come un deposito di segni.

Ancora più diversificati sono i vari tentativi di sistematizzazione della materia. Alcuni autori distinguono tra un concetto di media biologico, uno fisico, uno tecnologico, uno sociologico, uno culturale e uno strutturale⁶. Altri invece tra uno universale, uno elementare, uno tecnico, uno proprio della sociologia della comunicazione, uno comunicativamente funzionale e uno sistemico⁷. Altri ancora creano sottogruppi di media distinguendo, ad esempio, tra i media dell'informazione, della comunicazione e dell'interazione oppure tra media individuali e media di massa. Facendo riferimento alle rispettive funzioni invece, si distinguono i media di articolazione dai media di diffusione, i media di percezione dai media di comunicazione, i media di memorizzazione dai media di elaborazione.

In relazione alla distribuzione si distinguono i media locali o vicini dai media a lunga distanza. Inoltre, si incontra anche la suddivisione in media temporali e media di simulazione, media di comunicazione orale/uditiva, media di mediazione testuale o di mediazione pittorica e, naturalmente, ci sono anche i media digitali. Infine, i media sono classificati nei sottogruppi stampa, supporti ottici, supporti acustici, supporti di trasmissione e computer⁸.

In ogni caso, la molteplicità delle diverse definizioni e sistematizzazioni rivela quanto sia vivace e stratificato il discorso sulla filosofia dei media⁹.

Al più tardi a partire dagli anni Cinquanta del secolo scorso, il termine tecnico «media» è stato discusso come tale e, grazie all'opera di Marshall McLuhan *Understanding Media: The Extensions of Man*¹⁰, si è formata una crescente consapevolezza sul fatto che gli sviluppi mediatici in atto comportano una massiccia necessità di riflessione. Parallelamente alla graduale

⁵ KRÄMER, *Medium*, si occupa della questione di cosa sia un «media» a partire dall'idea della commissione da parte di un messaggero.

⁶ POSNER, *Nonverbale Zeichen*, pp. 255-258.

⁷ KÜBLER, *Mediale Kommunikation*.

⁸ Per una panoramica e anche una critica decisa, si veda FAULSTICH, *Einführung in die Medienwissenschaft*, p. 20. Egli scrive: «Tutti questi tentativi sono [...] o illogici, incomprendibili, disfunzionali, incompleti, infondati o banali». La traduzione di tutti i brani riportati nelle note a piè di pagina è dell'autrice.

⁹ Una discussione ben fondata sulle più importanti teorie contemporanee sui media si trova in LAGAAY - LAUER, *Einleitung*, pp. 7-30.

¹⁰ McLuhan, *Understanding Media*.

istituzionalizzazione accademica della filosofia dei media, anche la scoperta dei media come concetto nella filosofia del XX secolo sta raggiungendo ambiti sempre più ampi. Il cosiddetto «*medial turn*»¹¹ divide la comunità scientifica internazionale. Mentre alcuni sostengono una visione rigorosa, interpretando il *medial turn* come un radicale cambiamento di paradigma secondo il quale ogni filosofia deve essere ora una filosofia dei media, altri preferiscono una comprensione più moderata secondo la quale il *medial turn* non sovrasta il *linguistic turn*, ma deve essere interpretato come un suo sviluppo coerente.

In ogni caso, però, la filosofia dei media va ben oltre la semplice chiarificazione dei suoi concetti di base, ma si apre a una moltitudine di dibattiti stimolanti e produttivi che però fino a ora sono stati collegati all'etica dei media solo sporadicamente¹².

Anche se una tale ricchezza tematica potrebbe essere un ambito di ricerca attraente per l'etica dei media, in questa analisi verrà presentata solo una breve rassegna storica dello sviluppo dei termini, o meglio, solo un abbozzo di ciò a cui gli esperti di etica dei media solitamente pensano quando parlano di un mezzo di comunicazione.

Le prime testimonianze dell'uso del termine *media* nel senso di «mezzo di comunicazione» risalgono al XVII secolo. In queste fonti, il termine è considerato principalmente come un termine scientifico o grammaticale. Mentre in latino predomina il significato di mezzo in senso spaziale o temporale – il mezzo, la via di mezzo, il punto medio, la metà o lo spazio tra più oggetti – in seguito va sottolineandosi una tendenza che lo caratterizza principalmente in maniera funzionale. La resa di mezzo nel senso di «strumento ausiliario», particolarmente comune nel XVIII secolo, subisce uno slittamento di significato all'inizio del XIX secolo. Da questo momento, il mezzo diviene soprattutto un «elemento mediatore» o una «mediazione intermedia». La conseguenza è che come «mezzo di mediazione» possa essere presa in considerazione anche una persona. Quest'ultima variante, che si sviluppa fino all'idea di un «mediatore spiritista» – che appunto prende il nome di «medium» – raggiunge un picco intorno agli inizi del Novecento e continua a svolgere ancora oggi un importante ruolo nella parapsicologia¹³.

A parte i casi in cui «medium» viene utilizzato come termine tecnico – come appunto nella parapsicologia – o come termine spiritistico, grammaticale o fisico, attualmente il concetto di «mezzo» si incontra soprattutto nel suo significato spaziale o strumentale.

¹¹ MÜNKER, *Philosophie nach dem «Medial Turn»*, pp. 7-29.

¹² HEESSEN, *Ein Fels in der Brandung*, pp. 86-98.

¹³ HOFFMANN, *Geschichte des Medienbegriffs*, pp. 24-28.

Nonostante il «mezzo», nel suo senso spaziale, sia ovviamente un'entità diversa rispetto ai differenti oggetti tra i quali esso media, la connessione tra il mezzo e gli oggetti diventa chiara se si considera che lo spazio tra i due oggetti – o mezzo spaziale – di solito non è vuoto¹⁴, ma pieno di elementi chimici. Nella misura in cui il termine «mezzo» denota un tale spazio intermedio, si può parlare di «media» anche in riferimento a una sostanza che riempie lo spazio che si trova tra due oggetti – come l'aria tra due persone. Poiché le sostanze trasmettono impulsi, energia e perciò informazioni, un mezzo può essere anche un portatore di cambiamenti fisici o chimici e, di conseguenza, un mediatore o uno strumento, a seconda che il vettore si comporti attivamente o passivamente.

Nonostante la connessione che può essere fatta tra una comprensione spaziale e una comprensione strumentale dei media, non si può trascurare il fatto che questi due «aspetti» – come dice Hoffmann¹⁵ – sono stati trattati e interpretati nella storia della filosofia dei media come variabili completamente indipendenti e separate tra loro.

Ciò è reso evidente anche dal fatto che la variazione nella comprensione del termine ha subito un'ulteriore differenziazione in «mezzi in senso generale», che possono essere utili alle persone nelle loro attività – ad esempio ogni tipo di espansione del corpo umano – e «mezzi di comunicazione».

«Mezzi», in senso generalizzato, sono tutte le espansioni o i sostituti delle funzioni corporee e delle parti del corpo. Stabilendo una relazione con il corpo umano e le sue attività, la bicicletta diventa, ad esempio, un mezzo tanto quanto l'automobile o la macchina fotografica¹⁶. Ma poiché questi artefatti hanno anche un effetto sul corpo, rendono la realtà tangibile e dunque, a loro volta, si avvicinano – molto vagamente – ai mezzi di comunicazione.

Una comprensione così ampia del termine «mezzo» è tuttavia di scarso aiuto per definire la materia dell'etica dei media.

Poiché l'agire umano coinvolge quasi sempre spazio e mezzi al di fuori del corpo, non ci sarebbe (più) alcun criterio significativo con l'aiuto del quale si potrebbe distinguere l'etica dei media da altre etiche di settori particolari. Inoltre, una descrizione dell'etica dei media come semplice riflessione sul valore morale dell'azione umana, nella misura in cui questa vada oltre gli immediati confini del corpo e le sue funzioni, non soddisferebbe ciò che di solito si intende, quando si parla di etica dei media. Se tutte le azioni in cui

¹⁴ KRÄMER, *Medium*, parla in questo contesto di una «corporeità transitoria» (p. 32) e fa risalire ad Aristotele la tesi che lo «spazio di mezzo» sia necessariamente pieno (p. 29).

¹⁵ HOFFMANN, *Geschichte des Medienbegriffs*, p. 151: «I significati concettuali di mezzo [Mitte] e di strumento [Mittel] mirano a due aspetti completamente diversi ma anche alla stessa cosa».

¹⁶ KLOCK - SPAHR, *Medientheorie*, p. 11.

gli esseri umani trascendono gli immediati confini e le funzioni corporee dovessero rientrare nel regno dell'etica dei media, (quasi) tutta l'etica risulterebbe essere etica dei media e, di conseguenza, sarebbe inutile parlare di un'etica specifica dei media. Per inciso, lo stesso vale per la bioetica, che – se la si descrivesse come etica della vita, facendo riferimento alla traduzione letterale del termine greco *bios* – non sarebbe più distinguibile dall'etica generale e, quindi, non sarebbe considerata come una sottodisciplina dell'etica significativamente delimitabile.

Se, tuttavia, ricercando un criterio più ristretto, si determina il significato di «media» come «mezzo di comunicazione», si nota che diviene necessaria un'ulteriore distinzione. Questo è dovuto al fatto che i media intesi come mezzo di comunicazione possono essere sia prodotti intellettuali – come i personaggi – sia i loro vettori. Ma non è tutto. I vettori possono essere da un lato materiali – come una superficie per scrivere – e, dall'altro, strutturali – come organizzazioni o istituzioni. Werner Faulstich sembra voler rendere giustizia a questa circostanza quando, seguendo Ulrich Saxer, propone la seguente definizione: «Un media è un sistema istituzionalizzato intorno a un canale organizzato di comunicazione, proprio di una capacità specifica con una dominanza sociale»¹⁷.

Un altro approccio frequentemente recepito è quello di Harry Pross, il quale distingue tra media primari – che funzionano senza l'uso della tecnologia (teatro) –, media secondari – che fanno uso della tecnologia nella produzione (giornali) – e media terziari – che utilizzano la tecnologia sia nella produzione che nella ricezione (DVD)¹⁸. Pur avendo una certa plausibilità, questa distinzione contribuisce solo in misura limitata a una migliore comprensione del significato del termine «media». Anche la già citata definizione di Faulstich sembra una base poco adatta per definire l'etica dei media. Prima di tutto è estremamente complessa e, inoltre, contiene una serie di termini che avrebbero bisogno di essere ulteriormente chiariti.

Il discorso sull'etica dei media è poi caratterizzato da un alto grado di interdisciplinarietà. Oltre a ricercatori accademici di varie discipline, partecipano al dibattito anche i professionisti del giornalismo, delle relazioni pubbliche, dei nuovi media, ecc. Sarebbe quindi inutile scegliere una definizione – come l'ultima menzionata – che, in definitiva, può essere compresa solo da quegli studiosi che si identificano all'interno del discorso settoriale e che utilizzano il linguaggio specialistico proprio della filosofia dei media. Allo stesso tempo sarebbe ingenuo pensare che, come sottoprodotto della

¹⁷ FAULSTICH, *Einführung in die Medienwissenschaft*, p. 26; SAXER, *Konstituenten einer Medienwissenschaft*, p. 21.

¹⁸ PROSS, *Medienforschung*, pp. 127-128.

trattazione delle questioni di etica dei media, si possa offrire una definizione di «media» che renda giustizia allo stato della ricerca e, allo stesso tempo, sia contemporaneamente capace di raggiungere un consenso generalizzato. Tuttavia, l'analisi del termine «media» non è stata fatta invano.

Infatti, nella presentazione delle diverse accezioni di ciò che è un media, è diventato evidente che una comprensione molto ampia non può aiutare a determinare né l'oggetto dell'etica dei media, né a distinguerla da altre etiche di settore. Inoltre l'etica dei media si sviluppa, di solito, a partire dai problemi della vita reale. Questi problemi sono poi raggruppati e trattati come problemi propri di un'etica di settore. Ciò significa che la decisione riguardo all'area tematica di competenza di un'etica di un sottosectore disciplinare non viene presa sulla base di un concetto aprioristico definito precedentemente o indipendentemente dalla percezione delle sfide morali filosofiche fattuali. Al contrario, si discutono problemi che sono simili nella misura in cui possono essere attribuiti a una determinata area della vita e solo in un passo successivo si considera quale termine possa essere adatto a delineare quest'area di interesse.

Da questo punto di vista dovrebbe essere effettivamente possibile – e questo accade di fatto – fare etica dei media senza definire in maniera assoluta cosa sia un «media». Tuttavia, si può naturalmente dire senza problemi quale tipo di media sia comunemente rilevante per l'etica dei media. Ovviamente si tratta di una questione di convenzione che potrebbe anche essere decisa diversamente. Sebbene media umani (ad esempio i sacerdoti), i media che sono un'estensione del corpo umano (ad esempio una bicicletta) o i portatori di mediazione (ad esempio le lettere dell'alfabeto) ecc. non siano spesso considerati quando l'etica dei media parla di «media», si potrebbero benissimo includere nell'etica dei media quei problemi morali che sorgono in relazione all'uso di questi «mezzi». Si avrebbe però a che fare in questo caso con un'etica dei media completamente diversa. L'etica dei media invece, per come viene praticata attualmente, si basa su una comprensione dei media secondo la quale questi sono fondamentalmente aiuti tecnici che vengono utilizzati nel processo di creazione, distribuzione e ricezione delle informazioni¹⁹.

2. L'etica

Anche se i termini «etica» e «morale» vengono largamente utilizzati nel vocabolario quotidiano come sinonimi, nel linguaggio filosofico si è affermata una distinzione. In questo senso, l'etica deve essere intesa come una ri-

¹⁹FUNIOK, *Medienethik*, 2011, p. 11.

flessione sulla pratica morale, che può essere perseguita in modi diversi. Nel caso dell'etica descrittiva vengono presentate le convinzioni morali esistenti, i costumi, ecc. a partire dall'idea che questi si realizzino.

Nelle rispettive discipline si sostiene in primo luogo che le affermazioni storiche, sociologiche, etnologiche o psicologiche fatte sono vere, fondate o coerenti con altri punti di vista. La problematica che non viene affrontata è, invece, se le abitudini morali, oggetto di studio, siano praticate correttamente e se i principi morali possano a ragione rivendicare una validità. All'interno di questi approcci empirici (descrittivi) si richiede di conseguenza un valore di verità per quelle affermazioni che descrivono costumi morali, regole, ecc., ma non per quelle che hanno a che fare con la legittimazione dei costumi morali.

In secondo luogo, si considerano le azioni, i costumi e le abitudini a partire dalla prospettiva di come queste dovrebbero essere e, successivamente, si cerca di elaborare delle linee guida per definire un'azione morale buona (etica normativa)²⁰. Se tali affermazioni possano essere giustificate o, addirittura, considerate vere è un aspetto controverso. I cognitivisti – come l'autrice di questo studio – credono che le affermazioni morali siano asserzioni che possono essere vere oppure false. I non-cognitivisti invece rifiutano questo presupposto. Dal loro punto di vista le asserzioni morali non sono propriamente affermazioni, anche se la grammatica, vista da un punto di vista superficiale, lo potrebbe suggerire. Si tratta piuttosto di imperativi (prescrittivi) o dell'espressione di sentimenti (emotivi)²¹. Attraverso tali considerazioni, tuttavia, si abbandona l'etica normativa e ci si addentra nel campo della metaetica.

In questo – terzo – caso la riflessione sulla morale ha luogo nella misura in cui si esaminano i presupposti linguistico-filosofici, epistemologici e metafisici dell'etica e della morale. Così la metaetica si domanda cosa si faccia nel momento in cui si formulano affermazioni morali, a che cosa ci si riferisca quando si giustificano le proprie convinzioni morali o, in ultima istanza, cosa le renda vere.

Che tipo di riflessione rappresenta dunque l'etica dei media? Se si vuole

²⁰ BEAUCHAMP - CHILDRESS, *Principles of Biomedical Ethics*, pp. 1-12.

²¹ Le differenze tra i vari approcci cognitivisti e non-cognitivistici si comprendono meglio sullo sfondo della teoria degli atti linguistici (*Sprechakt*) come presentata da John Langshaw Austin (1911-1960) e John Searle (nato nel 1932). Partendo dalla constatazione che quando parliamo noi agiamo, si fa una distinzione tra il ruolo illocutorio – ciò che facciamo nel pronunciare (*in locutione*) una sequenza di suoni – e il ruolo perlocutorio di un enunciato – ciò che realizziamo mediante il pronunciare (*per locutionem*) una sequenza di suoni. In questo senso, i filosofi morali si possono naturalmente chiedere cosa si faccia quando si formula un'affermazione morale – come ad esempio «è male torturare». Si afferma qualcosa, si comanda qualcosa oppure si sta esprimendo un sentimento?

rispondere a questa domanda bisogna prima di tutto notare che la distinzione appena abbozzata e la terminologia che la contraddistingue non sono incontestabili. Sebbene ci sia consenso sulla divisione di base dell'etica nelle tre categorie della filosofia morale²² – etica descrittiva, etica normativa e metaetica – c'è un notevole disaccordo sulla questione se l'etica descrittiva appartenga all'etica filosofica e anche sul significato del termine stesso²³. Poiché l'etica riguarda per definizione affermazioni normative, non dovrebbe avere senso parlare di «etica descrittiva». Per la stessa ragione viene rifiutata anche l'espressione «etica normativa», perché, in fin dei conti, si tratterebbe di una tautologia. Inoltre si discute fino a che punto l'etica e la metaetica dipendano l'una dall'altra²⁴, quanto rigorosa sia la separazione di questi due livelli²⁵ e, se in caso di conflitto, si debba adattare l'affermazione etica a quella metaetica o viceversa, ecc.

Come si relaziona l'etica dei media con questi tre livelli? L'etica dei media riflette da un lato il valore morale dell'agire nel mondo dei media, interroga criticamente la prassi ed elabora concetti normativi per un'organizzazione significativa dell'interazione umana basata sui media. Dall'altro, l'etica dei media mira a chiarire quali azioni possono essere a ragione considerate come comandi, proibizioni o permissioni fornendo le ragioni per cui – quando si valutano azioni, emozioni e atteggiamenti – si usano i predicati «buono», «cattivo», «indifferente», «giusto» o «sbagliato». Pertanto, l'etica dei media è fondamentalmente di carattere normativo. Ed è, di conseguenza, – poiché si riferisce alle nostre azioni e mira a migliorare la nostra competenza morale e il nostro habitus – una disciplina appartenente alla filosofia pratica²⁶. Ciò non significa, tuttavia, che l'etica dei media non contenga elementi descrittivi, né che manchi di un interesse teorico in relazione alla domanda su che cosa debba considerarsi vero e sia, quindi, una disciplina metaetica.

L'etica dei media si occupa dei problemi sollevati dalla prassi mediatica quotidiana. Se si vuole però chiarire fino a che punto l'etica dei media debba attingere a competenze di discipline non filosofiche, a studi empirici nel campo degli studi sui media e sulla comunicazione, a studi di economia, so-

²² FILIPOVIĆ, *Angewandte Ethik*, p. 42, parla in questo contesto della dimensione verticale della classificazione, mentre per dimensione orizzontale intende «una coordinazione con altre etiche applicate».

²³ QUANTE, *Einführung in die Allgemeine Ethik*, p. 17.

²⁴ FENNER, *Einführung in die Angewandte Ethik*, p. 3; WOLF, *Ethik der Mensch-Tier-Beziehung*, pp. 22-23, sono dell'opinione che la «divisione tra metaetica ed etica applicata [...] non sia quasi più sostenibile».

²⁵ BIRNBACHER, *Analytische Einführung*, pp. 59-60; RICKEN, *Allgemeine Ethik*, p. 18.

²⁶ KÖBERER, *Medienethik als angewandte Ethik*, p. 106, parla di un'«etica guidata empiricamente», ma ammette anche che l'etica dei media è allo stesso tempo «guidata dai principi».

INDICE

AL POSTO DI UN'INTRODUZIONE	5
CAPITOLO PRIMO	
COS'È L'ETICA DEI MEDIA	9
1. Il mezzo di comunicazione	9
2. L'etica	14
2.1. <i>Modello top-down contro modello bottom-up</i>	19
2.2. <i>Etica applicata contro etica di settore</i>	29
3. Etica dei media	32
CAPITOLO SECONDO	
COSA DEVE REALIZZARE L'ETICA DEI MEDIA.....	45
1. La situazione di partenza	45
1.1. <i>Il cambiamento del mondo dei media</i>	45
1.2. <i>L'individuo nei media</i>	51
1.3. <i>La morale nei media</i>	55
2. Ciò che si desidera dall'etica dei media	58
3. Il metodo ricostruttivo	70
3.1. <i>La ricostruzione di convinzioni di carattere morale</i>	71
3.2. <i>Trovare un nucleo centrale di valori</i>	79
3.3. <i>Sviluppare una risposta ben fondata</i>	81
CAPITOLO TERZO	
CIÒ CHE PUÒ REALIZZARE L'ETICA DEI MEDIA	87
1. Codici di autoregolamentazione come punto di partenza	87
2. Valori per l'etica dei media	91

2.1. <i>Trasparenza</i>	93
2.2. <i>Correttezza (Fairness)</i>	103
2.3. <i>Rispetto</i>	112
2.4. <i>Responsabilità</i>	119
2.5. <i>Competenza</i>	125
CAPITOLO QUARTO	
PROSPETTIVE	131
1. Possibilità per la prassi	131
2. Possibilità per la teoria	135
BIBLIOGRAFIA	141

«SOPHIA»

EPISTÈME

La sezione si divide in: *Studi e ricerche, Dissertazioni*

Studi e ricerche

1. *La «relazione di aiuto». Il counseling tra psicologia e fede* (a cura di Andrea Toniolo)
2. *Sul sentiero dei sacramenti. Scritti in onore di Ermanno Roberto Tura nel suo 70° compleanno* (a cura di Celestino Corsato)
3. *Scienze della psiche e libertà dello spirito. Counseling, relazione di aiuto e accompagnamento* (a cura di Giuseppe Mazzocato)
4. *La parola come dialogo. Nel pensiero di Ferdinand Ebner* (Sergio Gaburro)
5. *Verso la metafisica oltre la metafisica. L'itinerario filosofico-sapienziale di Umberto A. Padovani* (Angelo Roncolato)
6. *Scriptura sacra cum legentibus crescit. Scritti in onore di Antonio Marangon nel suo 80° compleanno* (a cura di Michele Marcato)
7. *Dialogo tra civiltà e secolarizzazione. Per una laicità non secolaristica* (Gian Luigi Brena)
8. *«Il Signore Dio ha parlato: chi non profeterà?». Scritti in onore di Giorgio Giordani nel suo 70° compleanno* (a cura di Giovanni Del Missier - Santi Grasso)
9. *Vulnerabile e preziosa. Riflessioni sulla famiglia in situazione di fragilità* (a cura di Giovanni Del Missier)
10. *Teologia morale e «counseling» pastorale. La relazione d'aiuto e il rinnovamento della teologia morale di Bernhard Häring* (Barbara Marchica)
11. *Itinerari filosofici per un dialogo interculturale. Paul Ricoeur, Raimon Panikkar, Bernhard Waldenfels* (Enrico Riparelli)
12. *La fraternità ecclesiale in Ottato di Milevi*
«La dote della sposa» (Luigi Vitturi)
13. *«Quello che abbiamo di più caro... Gesù Cristo». Saggio sul mistero di Cristo negli scritti di Vladimir Solov'ëv* (Antonio Mattiazzo)
14. *Il seminario minore: una sfida educativa per la chiesa italiana* (Gianni Magrin)
15. *Informazione come struttura. Una critica dello scientismo* (Gian Luigi Brena)

16. *«Se non si rinasce...».* Studio sulle frasi condizionali di Gesù nel Quarto Vangelo (Santi Grasso)
17. *Giovanni Pico della Mirandola. Filosofia, teologia, concordia* (Alberto Sartori)
18. *Le relazioni del prete alla luce della teoria psicologica dell'attaccamento. Aspetti teorici, ricerca empirica e questioni formative* (Giancarlo Pavan)
19. *La genesi storico-teologica dell'«Evangelo» di Martin Lutero* (Mario Galzignato)
20. *La chiesa si realizza in un luogo. L'itinerario ecclesiologico di Hervé Legrand* (Luca Merlo)
21. *«Lo Spirito soffia dove vuole».* Dinamiche della spirazione nella cultura religiosa tardo-antica (Roberto Schiavolin)
22. *Sinodalità. Dimensione della Chiesa, pratiche nella Chiesa* (a cura di Riccardo Battocchio - Livio Tonello)
23. *Valori per un'etica dei media. Un approccio ricostruttivo* (Claudia Paganini)
24. *Solitudini. Esperienze e riletture intorno all'essere e al sentirsi soli* (a cura di Michele Dossi)

Dissertazioni

1. *Il «servizio della Parola». Dall'esperienza alla riflessione teologica* (Ezio Falavegna)
2. *Il «gruppo ministeriale» parrocchiale* (Livio Tonello)
3. *Morale e «Christus totus».* Etica, cristologia ed ecclesiologia in Émile Mersch (Matteo Pasinato)
4. *Esperienza, interpretazione e verità nell'epistemologia teologica di E. Schillebeeckx. Un tentativo di rilettura pareysoniana e ricoeuriana* (Valentino Sartori)
5. *Chi è Gesù per Matteo? Una risposta attraverso il verbo greco «prosérchomai»* (Gastone Boscolo)
6. *La razionalità dell'agire del medico e il ruolo delle virtù* (Cristiano Arduini)
7. *La chiesa in Burundi (1896-1990) dalla violenza di massa verso una comunità riconciliata. Rilettura critica e risposta pastorale tra Vangelo e cultura* (Emmanuel Runditse)
8. *Il principio sabbatico. Un fondamento teologico per un'etica sociale* (Giorgio Bozza)
9. *La Sacra Scrittura come anima della catechesi giovanile. Analisi e prospettive a partire dai catechismi CEI dei giovani* (Tiziano Civettini)
10. *Conflitto di valori e decisione morale. Un itinerario di ricerca sull'oggettività del discernimento* (Fabio Magro)

11. *Teologia e biografia: un dialogo aperto. Stili e criteri per una proposta teologica esistente-testimoniale* (Federico Grosso)
12. *L'umanesimo della croce. La spiritualità cristiana nelle diverse vocazioni di Louis Bouyer* (Matteo Lucietto)
13. *La singolarità di Gesù Cristo. Indagine nella cristologia italiana contemporanea* (Gilberto Depeder)
14. *Legami secondo lo spirito. La qualità cristiana delle relazioni negli Scritti di san Francesco d'Assisi* (Antonio Ramina)
15. *Alla scuola del concilio per leggere i «segni dei tempi»* (Assunta Steccanella)
16. *Amore di Dio e amore dell'uomo tra teologia e antropologia in Eberhard Jüngel* (Francesco Pesce)
17. *Pregghiera: dialogo che forma la coscienza del cristiano. Una riflessione alla luce del rinnovamento conciliare, a partire dai contributi di Sergio Bastianel, Giovanni Moiola e Tullo Goffi* (Stefano Ongaro)
18. *Giovani e progetto di vita. Una ricerca sociologica sulle scelte che conducono all'età adulta* (Simone Zonato)
19. *Louis Bouyer: itinerario di una teologia mistica tra dossologia e sofiologia* (Alessandro Scardoni)
20. *Pedagogia delle vocazioni presbiterali. Analisi socio-psicopedagogica di terreno buono e spine vocazionali dei seminaristi maggiori diocesani in Italia* (Roberto Reggi)
21. *La fede lievito della storia. Il senso dell'itinerario teologico di Luigi Sartori* (Antonio Ricupero)
22. *Sorella Maria di Campello, la minore: eremita, cattolica, francescana. La via al «Sacrum facere»* (Marzia Ceschia)
23. *Per noi uomini e per la nostra salvezza. La proposta del Vangelo agli adulti di oggi* (Rolando Covi)
24. *L'educazione al tempo del Concilio. Percorso redazionale della «Gravissimum educationis»* (Giuseppe Fusi)
25. *Accompagnare gli adulti nella fede. In ascolto di Marie-Dominique Chenu* (Giovanni Casarotto)
26. *Il presbiterato nei documenti del Concilio Vaticano II. Recezione in Paolo VI e Giovanni Paolo II* (Alberto Malaffo)
27. *Verso una rivalutazione della sacramentalità del matrimonio? La concezione del matrimonio fra etica e dogmatica nella teologia protestante contemporanea europea* (Marco Da Ponte)
28. *Narrare la vocazione ai giovani. Lo stile di Giovanni Paolo II* (Giovanni Molon)
29. *In un mondo non-necessario. Scienze della natura, filosofia, teologia a confronto sulla nozione di "contingenza"* (Manuela Riondato)

DIDACHĒ

La sezione si divide in: *Percorsi, Manuali*

Percorsi

2. *Uomo e donna a immagine di Dio. Lineamenti di morale sessuale e familiare* (Luciano Padovese)
5. *La «Lumen gentium». Traccia di studio* (Luigi Sartori)
6. *Salvezza cristiana e storia degli uomini. Joseph Ratzinger con Luigi Sartori tra i teologi triveneti (1975-76)*
(a cura di Ermanno Roberto Tura)
7. *La narrazione nella e della Bibbia. Studi interdisciplinari nella dimensione pragmatica del linguaggio biblico*
(a cura di Augusto Barbi - Stefano Romanello)
8. *Evoluzione e creazione. Una relazione da trovare*
(a cura di Simone Morandini)
9. *Generare alla fede. Per una verifica dei cammini di iniziazione*
(a cura di Ezio Falavegna - Dario Vivian)
10. *Se qualcuno vuole seguirmi (Mc 8,22-10,5). Il lettore e i paradossi della croce* (Augusto Barbi)
11. *Cristo principio di ogni cosa. Nel pensiero di sant’Ambrogio*
(Giorgio Maschio)
12. *Verso il matrimonio cristiano. Laboratorio di discernimento pastorale*
(a cura di Francesco Pesce e Assunta Steccanella)
13. *Scelte di vita e vocazione. Tracce di discernimento con i giovani*
(a cura di Assunta Steccanella)
14. *Lezioni di filosofia dei diritti umani* (Gianfranco Maglio)
15. *Come progredire nel cammino spirituale. I processi della crescita - Laboratorio formativo* (Giuseppe Sovernigo)

Manuali

1. *Matrimonio, sessualità e fecondità. Corso di morale familiare*
(Giampaolo Dianin)
2. *La Bibbia nella storia. Introduzione generale alla Sacra Scrittura*
(Gastone Boscolo)
3. *Cristianesimo e verità. Corso di teologia fondamentale*
(Andrea Toniolo)
4. *Metodologia per lo studio della teologia. Desidero intelligere veritatem tuam* (Alberto Fanton)
5. *La forma religiosa del senso. Al crocevia di filosofia, religione e cristianesimo* (Roberto Tommasi)

6. *Identità e relazione. Per un'antropologia dialogica* (Gian Luigi Brena)
7. *Le dinamiche personali nel discernimento spirituale. Elementi di psicologia della pastorale* (Giuseppe Sovernigo)
8. *I mille volti di Cristo. Religioni ed eresie dinanzi a Gesù di Nazareth* (Enrico Riparelli)
9. *Lineamenti di filosofia del diritto. Il fondamento dell'esperienza giuridica: dialogo fra ragione, teologia e storia* (Gianfranco Maglio)
10. *Come accompagnare nel cammino spirituale. Laboratorio di formazione* (Giuseppe Sovernigo)
11. *L'altro possibile. Interculturalità e religioni nella società plurale* (a cura di Giuseppe Manzano - Valerio Bortolin - Enrico Riparelli)
12. *L'evento della fede: Materiali per un approccio fondamentale alla teologia* (Giovanni Trabucco)
13. *Religiosità religione religioni. Un percorso di filosofia della religione* (Valerio Bortolin - a cura di Gaudenzio Zambon)
14. *Le prime vie per seguire Gesù. Introduzione alla patrologia (I-III secolo)* (Maurizio Girolami)

Manuali - Storia delle chiese locali

1. *Storia della chiesa in Alto Adige* (Emanuele Curzel)
2. *Storia della Chiesa in Verona* (Dario Cervato)

PRAXIS

1. *Predicare bene* (Chino Biscontin)
2. *Ardere, non bruciarsi. Studio sul «burnout» tra il clero diocesano* (a cura di Giorgio Ronzoni)
3. *La catechesi a un nuovo bivio? Convegno a 40 anni dal Documento Base (Padova, 8-9 maggio 2009)* (a cura di Giampietro Ziviani - Giancarla Barbon)
4. *«Dottore, noi desideriamo avere un figlio sano!». Mamma, papà e terapeuta dinanzi al figlio affetto da spina bifida* (Cristiano Arduini)
5. *Il senso dell'educazione nella luce della fede* (a cura di Andrea Toniolo - Roberto Tommasi)
6. *La trasmissione della fede oggi. Iniziare alla vita cristiana, dono e compito* (a cura di Ezio Falavegna - Dario Vivian)
7. *Formazione permanente dei presbiteri. L'esperienza dell'istituto San Luca* (a cura di Livio Tonello)

8. *Il mistero nuziale. Letture da Ambrogio e Crisostomo*
(Giorgio Maschio)
9. *Far risuonare il Vangelo. Catechesi, catechisti, catechismi: dati da una indagine socio-religiosa nel vicentino* (a cura di Antonio Bollin)
10. *Uomini che servono. L'incerta rinascita del diaconato permanente*
(Alessandro Castegnaro e Monica Chilese)
11. *La coscienza in dialogo. Un approccio interdisciplinare*
(a cura di Michele Marcato)
12. *Le sette «sorelle». Modalità settarie di appartenenza a gruppi, comunità e movimenti ecclesiali?* (Giorgio Ronzoni)
13. *L'incontro con «l'altro» nella Bibbia. Una lettura in prospettiva interculturale e interreligiosa* (Marcello Milani)
14. *Conoscere se stessi. Identità e finalità del pastoral counseling. Esperienze, approfondimenti, processi aperti nel contesto italiano*
(a cura di Roberto Tommasi)
15. *Ascolto attivo. Nella dinamica della fede e nel discernimento pastorale*
(Assunta Steccanella)

VALORI PER UN'ETICA DEI MEDIA

Negli ultimi anni fare riferimento all'applicazione di un'etica dei media è un luogo comune che raramente viene messo in discussione. Quali siano però i criteri e le basi normative che giustificano e regolano una tale etica, è una domanda che difficilmente trova una risposta univoca e condivisa.

Sullo sfondo variegato e complesso del recente dibattito il presente studio ricostruisce un nucleo centrale di valori messi in rilievo dalla prassi concreta: trasparenza, correttezza, rispetto, responsabilità e competenza. Il punto di partenza della ricerca ricostruttiva è l'analisi di alcuni tra i principali codici internazionali di autoregolamentazione formulati per i diversi agenti mediatici. Il consenso minimale sui valori comuni, che vi può essere identificato, è d'aiuto per giungere a una risposta eticamente fondata e corretta.

Claudia Paganini

nata nel 1978 in Austria, si è laureata in teologia e in filosofia all'Università di Innsbruck. Dopo aver conseguito un dottorato di ricerca in filosofia culturale con una tesi su Friedrich Dürrenmatt, ha lavorato nell'ufficio stampa del governatore del Tirolo. Spinta dal desiderio di analizzare i processi etici alla base dell'attività giornalistica e della comunicazione politica, ha ottenuto una borsa di studio per finanziare un progetto di abilitazione in etica dei media (Erika Cremer Habilitationsprogramm). Sposata con tre figli, dal 2020 detiene la cattedra di etica dei media all'Istituto di filosofia di Monaco di Baviera dove insegna etica applicata e si occupa in particolare di bioetica ed etica animale.

In copertina: foto di Simone Paganini.