



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

Dal paradigma massa al paradigma del paradosso: la *fuzzy media logic* nella rappresentazione del terrorismo islamico

di Francesca Ieracitano *

1. L'empasse paradigmatica della *communication research*

La *communication research* tradizionale, come tutta la scienza dell'epoca, era fortemente ancorata ad una logica aristotelica della quale hanno inevitabilmente risentito i paradigmi interpretativi che al suo interno si sono alternati nel tentativo di definire in che rapporto i mezzi di comunicazione di massa si ponessero nei confronti della realtà.

In particolare, la *media logic*, la comprensione degli effetti prodotti dai *media* sugli individui e la modalità con cui essi dialogano con il reale sono state lette e interpretate attraverso due paradigmi oppositivi che, con pari forza, si sono affermati nella storia di questa branca di sapere. Ciascuno di

* Ricercatrice in Sociologia della comunicazione e teoria dei *media* presso il Dipartimento di Scienze Umane dell'Università Lumsa di Roma. Contributo sottoposto a doppio referaggio (*double blind peer review*).



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

essi ha costruito la propria concezione dei media e del loro rapporto con la società alla luce di una determinata *Welthanschauung*.

Il primo, meglio noto come paradigma massa, guarda all'azione dei *media* in un'ottica consensuale e integrazionista, affermandosi come paradigma dominante dalla fine della prima guerra mondiale fino alla fine degli anni '60. Sotto l'influsso del funzionalismo, tale paradigma iscrive l'azione onnipotente dei *media* all'interno di un contesto sociale ritenuto fortemente normativo, liberale, laico e caratterizzato da pluralismo (McQuail 1994, 59), rispetto al quale essi si fanno strumenti di integrazione e coesione sociale.

Ciò ha inevitabilmente condizionato le piste di ricerca seguite dalla *communication research* in quegli anni, orientate prevalentemente allo studio della funzione socializzante dei *media*, della formazione delle opinioni e dell'incidenza dei *media* sui fenomeni di disordine sociale e devianza (*Ibidem*) conformemente ai criteri propri della logica formale (deduttiva/induttiva) (Morin 1989).

La concezione dei *media* ritenuti onnipotenti all'interno di una società altamente massificata era supportata dall'elaborazione della teoria dell'informazione di Shannon e Weaver (1949), dedita a mettere in luce gli aspetti più tecnici del processo comunicativo, ridotto così a mera trasmissione di contenuti/segnali.

Il modello comunicativo che ne deriva è stato fortemente criticato nel tempo perché ritenuto inadeguato a restituire la complessità del processo comunicativo e scarsamente attento al ruolo dei destinatari e al conseguente processo di produzione dei significati al quale essi concorrono (Gitlin 1978; Real 1989).

Non bisogna, tuttavia, dimenticare che tale modello nasce nell'ambito delle scienze "hard", regno della logica formale, ed è nel momento in cui si



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

tenta di applicarlo *tout court* all'ambito della comunicazione umana che i principi della logica formale che lo avevano guidato scricchiolano, facendo percepire come inappropriato il modello stesso.

Il secondo paradigma di stampo conflittualista, ritenuto alternativo (Mills 1960; Adorno & Horkheimer 1966; Hall 1980), ha dato voce a posizioni critiche non solo nei confronti della società, ma anche del ruolo che i *media* rivestono all'interno di essa, individuando tattiche e strategie attraverso le quali l'industria culturale offre ai suoi pubblici lenti *fumè* (Adorno 1966) che impediscono ogni lettura critica del reale e dei condizionamenti che derivano da una logica capitalistica. In questo caso, dunque, il ruolo consensuale attribuito ai *media* nei confronti del sistema sociale è oggetto di denuncia.

Naturalmente, tale paradigma si fonda su una diversa concezione della società rispetto al modello ritenuto dominante e ha dato luogo a nuove domande e piste di ricerca circa il ruolo dei media all'interno di essa, ma anch'esso ha dovuto fare i conti nel tempo con i propri limiti, tra i quali la fine delle ideologie sulle quali era incentrato.

I due paradigmi risultano per certi versi, comunque, complementari, se non altro nel dare enfasi e centralità al tema del potere rivestito dai *media*, degli effetti da esso prodotti e della rappresentazione del reale che offrivano. A renderli complementari sono anche i principi logici che fanno da guida all'analisi dei temi che affrontano, incentrata sul principio di identità, di non contraddizione e del terzo escluso che oggi si rivelano insufficienti ad affrontare le stesse questioni in un contesto storico, sociale e culturale del tutto diverso.

La crisi dei paradigmi "forti" è attribuibile non solo al nuovo ruolo riconosciuto al pubblico e ai suoi contesti di fruizione all'interno del processo comunicativo, ma anche al riconoscimento delle diverse capacità del siste-



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

ma dei *media mainstream* di confrontarsi con la realtà, coadiuvati oggi in questo processo dal dialogo che inevitabilmente essi hanno instaurato con le tecnologie digitali.

I modelli interpretativi del processo comunicativo che si sono sviluppati inseguito hanno, infatti, posto l'accento sull'imprevedibilità dell'azione dei *media* all'interno di realtà altamente complesse (Merton 1970) e rispetto alle quali il reale non si presta ad interpretazioni univoche.

La varietà delle azioni messe in atto dai *media* all'interno del reale non può essere racchiusa nella rigida dicotomia consenso/manipolazione, ma rende compatibile la coesistenza di più modelli interpretativi che fanno leva sui diversi bisogni che i *media* parallelamente soddisfano: bisogni di conoscenza, di ritualità, di attenzione/distrazione e di negoziazione dei significati di realtà (Carey 1975).

Il problema di individuare un paradigma interpretativo capace di spiegare i molteplici ruoli che oggi i *media* rivestono non rimane circoscritto al campo degli "old" *media studies*. Tale problematica ha assunto infatti nuovo vigore all'interno del dibattito che ha animato gli *internet studies*, volto a chiarire *in primis* se ad essi potesse essere riconosciuto lo *status* di disciplina autonoma o quello di campo di studi nel quale confluiscono modelli concettuali, apporti teorici e metodologici in parte riconducibili ad altre discipline (Hunsinger 2005; Baron 2005; Jones 2005; Markham, Baym, 2009).

Non è possibile, per ragioni di sintesi, in questa sede ripercorrere le tappe che hanno segnato una riflessione ancora in atto e ben documentata, in particolare, da Wellman (2004; 2010). Ciò che tuttavia è importante sottolineare è che la linea di continuità che alcuni autori (Orgad 2009) hanno intravisto tra *internet studies* e "old" *media studies* dà sostegno all'idea che le miopie che hanno accompagnato il modo di guardare ai *media mainstream*



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

non hanno risparmiato soprattutto i primi tentativi di ricercare paradigmi interpretativi da applicare allo studio della rete. Basti pensare che la diatriba apocalittici *vs* integrati si è riproposta, agli esordi degli *internet studies*, in un'apparente nuova veste che ha visto contrapporsi posizioni orientate da un lato al determinismo tecnologico e dall'altro al tecno-ottimismo (Comunello 2010).

Il tentativo di applicare vecchie impostazioni a nuovi fenomeni sociali e comunicativi ha messo ancora più in luce come i cardini della logica aristotelica si rivelino tanto tenaci, quanto riduttivi. Il principio di identità, di non contraddizione e del terzo escluso risultano infatti estremamente restrittivi e inappropriati se applicati *tout court* ad un oggetto di studio malleabile quale è internet, che può essere al contempo considerato medium, ma anche spazio sociale e simbolico, luogo di fruizione di contenuti (Hine 2000), ma anche della loro produzione e riproduzione.

Questa breve, ma certamente non esaustiva, ricognizione del dibattito epistemologico all'interno della *communication research* è funzionale a mettere in prospettiva e in discussione il peso che tali paradigmi hanno avuto, e continuano ad avere, nell'interpretare le modalità di rappresentazione della realtà da parte dei *media* e le aspettative riposte su di essi.

Ciò apre la strada all'interrogativo relativo a come tale questione si ponga oggi agli occhi dell'osservatore sociale e degli studiosi dei *media* in un momento storico, sociale e culturale dominato dall'incertezza, in cui soprattutto gli studi sulla comunicazione che guardano ai *media* tradizionali in rapporto ai *digital media* risultano orfani di paradigmi interpretativi.

L'*empasse* paradigmatica nella quale si trova la *communication research*, se per un verso apre la strada a nuove prospettive di analisi, forse meno occlusive, per l'altro rischia di creare uno spaesamento. Esso si riflette nella diffi-



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

coltà di individuare, modelli teorici, temi, domande di ricerca e soprattutto metodologie utili a leggere e interpretare il modo in cui il sistema dei *media* nella sua complessità rappresenta contesti sociali altamente complessi, il ruolo che esso si ritagliano all'interno di tali contesti, il modo in cui esso si rapporta alle trasformazioni sociali, ai mutamenti culturali e al senso di instabilità e di incertezza che da esse, talvolta, deriva.

Per superare la crisi interpretativa nella quale la *communication research*, insieme ad altri campi del sapere, versa la proposta che viene avanzata attraverso la presente riflessione è quella di un'adozione di modelli interpretativi che integrino la logica *fuzzy* nel tentativo di mettere meglio a fuoco il modo in cui i *media mainstream* e i *media* digitali – con particolare riferimento al sistema dell'informazione, con le sue logiche, i suoi linguaggi e le sue strategie di produzione – si pongono nei confronti del clima di insicurezza e precarietà che attraversa gli attuali contesti sociali. Contesti che la comunicazione stessa ha contribuito a rendere globali (Meyrowitz 1985; Catells 1996 e 2004; Appaduraj 2001), ma che si ritrovano – paradossalmente – oggi messi sotto scacco dai localismi e da integralismi (non solo di matrice religiosa), tutt'altro che sopiti.

2. Dalla crisi paradigmatica al paradigma del paradosso

Il punto di partenza di una riflessione incentrata sul modo in cui i *media* si rapportano alla complessità del reale (Morin 1989) e dialogano con essa, non può che essere proprio la realtà, alla quale l'unico paradigma che oggi sembra applicabile è un paradigma che potremmo definire del paradosso (Pacelli 2014).



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

Un paradigma, cioè, capace di accogliere e interpretare processi e fenomeni che producono esiti contrastanti rispetto ai presupposti logici che li hanno generati. Rispetto ad esso il sistema mediale, inteso nella sua complessità, assume un ruolo chiave.

Ad evidenziare, infatti, l'inadeguatezza dei vecchi paradigmi e le difficoltà in cui versano oggi i *media* nel loro tentativo di dare una rappresentazione del reale, sono proprio alcuni dei paradossi che si registrano nelle società occidentali di cui la comunicazione, come dimensione del vivere sociale e ancor più come processo culturale, è spesso co-responsabile.

Per citarne solo alcuni, basti pensare alla raggiunta consapevolezza che l'era dell'accesso (Rifkin 2000) non ha offerto di fatto a tutti le stesse possibilità di aderire al culto dell'essere connessi e la comunicazione si rivela una risorsa non poi così democraticamente distribuita. Tale disparità trova evidenza non solo in riferimento alla non equa disponibilità di infrastrutture, ma anche al problema dei diversi gradi di competenza nell'uso delle tecnologie, come dimostra il crescente interesse nei confronti del tema della *new media literacy* (Livingstone 2003; Van Dijk 2005; Tyner 2010).

I contesti planetari nei quali l'attore sociale contemporaneo vive e agisce lo portano ad entrare in contatto con alterità, figlie di culture e sistemi valoriali e culturali distanti, che rivendicano il loro diritto di accesso al mondo globale, ma che ci colgono impreparati e sforniti dei giusti strumenti comunicativi per dialogare con esse (Dal Lago 1998; Mangone, Masullo 2015).

Inoltre, assistiamo a un ridimensionamento dell'«aspirazione della nostra epoca alla totalità, all'empatia, e alla consapevolezza in profondità», che McLuhan (1967) interpretava come una diretta conseguenza della "tecnologia elettrica". Nel momento in cui le tecnologie sono diventate digitali, l'aspirazione alla totalità ha trovato risposta nella cultura della convergenza



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

(Jenkins 2007), rispetto alla quale però il senso della totalità si perde nella frammentazione e nell'iper-specializzazione dei saperi da un lato e nell'uniformità dei linguaggi, veicolo di tale cultura convergente, dall'altro.

L'empatia – quando non si traduce in pietismo sollecitato dalla spettacolarizzazione e drammatizzazione mediale – si virtualizza, convertendosi talvolta in apatia verso legami sociali sempre più deboli ed intermittenti la cui forza risiede nella frequenza di contatto e si disperde nelle modalità di una comunicazione multicanale. L'empatia virtuale nei confronti di questioni e problemi sociali che i *media* stessi pongono alla nostra attenzione degenera, invece, in nuove forme più incisive di disfunzione narcotizzante (Lazarsfeld, Merton 1969), che mettono in discussione i termini stessi della partecipazione.

Infine, l'ambizione a raggiungere la consapevolezza in profondità si scontra, non solo con la fine delle grandi narrazioni (Lyotard 1985), ma anche con un sistema di comunicazione in cui la costruzione di senso si disperde nel reticolo delle opinioni personali e rispetto alla quale, ancora una volta, paradossalmente il lavoro di sintesi è affidato ai *media* che nelle copertine di comicità e satira politica dei salotti televisivi trovano, forse, la loro migliore riuscita.

Satira e comicità, grazie ai *media*, sembrano aver guadagnato nuovo vigore e facendo del paradosso il proprio paradigma interpretativo riescono talvolta a governarlo. Essi coniugano, così, in modo spesso efficace un lavoro di orientamento di opinioni, di analisi e critica sociale delle incongruenze che di volta in volta emergono dal mondo dell'economia, della politica e di altre istituzioni, incentrando la loro analisi empirica sui fatti di attualità del giorno messi in agenda dai *media* ai quali applicano la metodologia del caso studio rendendoli paradigmatici di una crisi di senso e di legittimità.



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

Il paradigma del paradosso interpella, dunque, il nostro senso comune ponendolo dinnanzi a processi che entrano in contrasto con esso, ma che richiedono al contempo di essere inglobati in esso.

3. La rappresentazione della realtà in una prospettiva di *fuzzy (media) logic*

I drammatici fatti che hanno interessato Parigi e Bruxelles nel 2016, solo per citare i più recenti, ci ricordano che siamo di fronte ad un'inversione paradigmatica che investe il ruolo dei *media* nella rappresentazione della realtà e le chiavi interpretative che essi forniscono, evidenziando la complessità del rapporto che si è venuto a configurare tra società e comunicazione.

I vecchi paradigmi sopracitati oscillavano dall'attribuire ai *media* il ruolo di finestra sul mondo a quello di specchio deforme di una realtà che, tutto sommato, aveva nella sua cultura di riferimento le proprie chiavi di lettura.

Oggi, il compito dei *media* sembrerebbe proprio quello di riconfigurare tale realtà, alla luce dei mutamenti che la attraversano. Una realtà che non si presta più ad essere letta ed interpretata attraverso i riferimenti culturali e simbolici dell'occidente, né i principi del pensiero razionale di derivazione aristotelica, ma che apre la strada a una logica *fuzzy* che i *media* sembrano, in parte, aver assorbito nei propri linguaggi, nel proliferare dei propri canali e nel modo in cui si pongono rispetto a tale complessità.

Il sistema dei *media* preso nella sua interezza ci rende consapevoli del fatto che attraverso di essi, parafrasando von Foerster (1987), noi possiamo conoscere delle realtà, non la realtà.



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

Il termine *fuzzy* significa sfumato, sfocato ed è stato utilizzato da Zadeh (1965), nella metà degli anni '60, per indicare una «logica portatrice di dubbi» (Pizzaleo 2000, 5) che ha l'ambizione di volersi cimentare con l'incertezza. Essa vide la sua prima applicazione nel campo della logica matematica. La *fuzzy logic* è un ragionamento incerto. Secondo l'interpretazione che ne dà Kosko (1993; 1995), si basa sulla consapevolezza che nella realtà dalla quale siamo circondati, eventi, oggetti e corpi, mutano con una certa fluidità pertanto non è possibile categorizzarli in maniera rigida e/o dicotomica (Pizzaleo 2000), assumendo categorie quali: vero/falso, giusto/sbagliato, amico/nemico.

Se, dunque, il pensiero aristotelico, che è alla base della razionalità occidentale, era basato sulla riduzione dell'incertezza attraverso i tre principi di identità, di non contraddizione e del terzo escluso, la *fuzzy logic*, teoria matematica della vaghezza, presuppone invece che la verità possa manifestarsi in enunciati vaghi e l'incertezza non è eliminabile nell'acquisizione ed interpretazione delle informazioni esterne (Pizzaleo 2000, 17-18).

Secondo Zadeh (1973, 28) «al crescere della complessità di un sistema, la nostra abilità nel fare dichiarazioni precise ma significative sul suo comportamento diminuisce sino a una soglia oltre la quale la precisione e la significatività diventano caratteristiche che tendono a escludersi mutuamente».

I riferimenti ad una logica *fuzzy* sono rintracciabili nel modo in cui i *media mainstream* e digitali rappresentano la realtà oggi, nel modo in cui operano all'interno di essa e nel ruolo che assumono rispetto all'incertezza che la governa.

Le modalità con cui il sistema mediale si rapporta al fenomeno del terrorismo contemporaneo, e alle drammatiche vicende ad esso connesse, rap-



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

presentano un interessante terreno di applicazione di questa triplice declinazione della *fuzzy logic* all'interno del rapporto *media*-società-cultura.

Per tentare di comprendere ciò è necessario assumere una prospettiva di analisi crossmediale e convergente che obbliga ad uscire dai confini delle settorializzazione nella quale la *communication research* si è chiusa, circoscrivendo spesso le proprie analisi al ruolo che specifici *media* o linguaggi mediali hanno rispetto a fatti e questioni di interesse sociale.

Se prendiamo, infatti, in esame il sistema dei *media* in tutta la sua complessità – includendo *media mainstream* e *digital media* – è possibile notare come logica *fuzzy* e logica aristotelica coesistano al suo interno alternandosi e sovrapponendosi nel tentativo dei *media mainstream* di fare chiarezza sull'incertezza e la complessità del reale, a costo di ipersemplicificarla, e nello sforzo invece dei *media* digitali di dargli spazio.

Alcuni esempi di come i *media* abbiano fatto proprio il *fuzzy* pensiero sono ravvisabili nel controverso rapporto che essi hanno instaurato nei confronti della minaccia terroristica. Rispetto ad essa, infatti, un atteggiamento di condanna da parte del sistema dell'informazione non esclude automaticamente, come la logica aristotelica avrebbe voluto, un atteggiamento di accettazione/accolgenza/tollerabilità che può essere colto solo se si guarda al sistema mediale nella sua interezza e nella sua complessità.

Se l'informazione *mainstream*, infatti, all'indomani degli attentati di Parigi e Bruxelles unanimemente ha denunciato e condannato con orrore quanto accaduto, i *media* digitali hanno comunque dato voce a gruppi jihadisti, simpatizzanti e affiliati all'ISIS attraverso siti internet da essi gestiti, UGC di minaccia e propaganda che circolano su diverse piattaforme, ma anche attraverso *socialnetwork sites* (Yang, Ng 2007). Questi ultimi rivelano la loro natura ambivalente dando la stessa accoglienza sia alle rivendicazioni di



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

attentati e alle dichiarazioni di legittimità dei principi che guidano tali atti, sia alle voci di protesta di cittadini indignati. Basti pensare ad una piattaforma come Twitter, non solo veicolo di una pluralità di voci, ma anche potenziale strumento di propaganda. Ciò contribuisce a dare sostegno alla tesi di Eco, secondo il quale, terrorismo contemporaneo è prima di tutto un crimine informativo.

In secondo luogo, il terrorismo contemporaneo, da oggetto e tema di dibattito all'interno del sistema mediale, ha avviato un processo di scalata fino a conquistare il ruolo di fonte della comunicazione stessa. Questa mutevolezza del ruolo di ciò che è oggetto di condanna da parte dell'opinione pubblica e che i *media* additano come nemico, non fa che accrescere l'indeterminatezza dei contesti nei quali viviamo e contribuisce ad alimentare un clima di incertezza e pericolo imminente. Se, infatti da sempre, a livello antropologico, il nemico genera paura perché è invisibile, esso oggi ricerca e ottiene quel tanto di visibilità che serve a proteggerne l'anonimato e a generare panico collettivo e senso di insicurezza attraverso i *media* stessi (Matusitz 2013).

Ne consegue che i *media* preposti, secondo il paradigma massa, a creare una rappresentazione del reale funzionale in una certa misura alla sua comprensione e a dare al pubblico la sensazione di poter esercitare un controllo su di esso divengono generatori di incertezza e di ansia. Ci socializzano ad essa nel momento in cui da finestra sul mondo si trasformano in strumenti di minaccia utilizzati da alcuni gruppi nei confronti di una fetta di mondo, della sua cultura e dei suoi valori di riferimento.

Passando dal modo in cui i *media* si pongono nei confronti di fenomeni complessi, ambivalenti e generatori di incertezza, come il terrorismo di ma-



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

trice islamica, al modo in cui essi lo rappresentano è possibile trovare ulteriori esemplificazioni di una *fuzzy media logic*.

La dialettica minaccia/rassicurazione è stata da sempre gestita dai *media mainstream* secondo una logica che li portava a sfruttare la notiziabilità di eventi stra-ordinari che irrompono nel quotidiano, stando tuttavia ben attenti a far percepire tali minacce come lontane e localizzate in un altrove molto distante dai salotti dai quali il pubblico vedeva scorrere immagini di guerra e di morte.

Oggi la *fuzzy media logic* consiste nel farci percepire la realtà nella quale viviamo ancora più sfumata, incerta e meno tranquillizzante, rimarcando come la minaccia sia sempre più vicina alla nostra quotidianità (Bauman 1999; Beck 2000). Ciò accresce la dipendenza cognitiva dai *media* e giustifica la scelta di *routine* produttive delle notizie in tempo reale e dei canali tematici dedicati all'informazione h24.

Tale scelta produttiva concorre a dar luogo a un paradosso dell'iper-realtà, già evidenziato da Baudrillard (1996) ne *Il delitto perfetto*. Gli attuali sistemi di informazione ci espongono d'innanzi alla realtà ed ai suoi pericoli in tutta la loro crudezza ed in misura maggiore rispetto a quanto la realtà stessa ci consenta di fare (Makarenko, 2004). Neanche, infatti, nei contesti sociali più segnati da drammi e sofferenze gli individui si trovano esposti alla crudezza del reale h24, rinunciando alla facoltà di immaginazione e di illusione rispetto al mondo che dà consistenza al reale stesso (Baudrillard, 1996).

Se in un primo momento, le strategie di rappresentazione del mondo da parte dei *media* mostravano guerre lontane, gli attuali modelli di *news-making* le avvicinano sempre di più. Non si tratta di una vicinanza soltanto fisica, che di fatto è reale, ma di un avvicinamento temporale.



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

Le volte in cui l'informazione parla di minaccia/rischio di attentato sono più ricorrenti delle notizie relative agli attentati realmente accaduti e ciò ingenera un paradosso. Il fatto che se ne parli in maniera così ricorrente e ravvicinata crea l'illusione che la situazione sia costantemente monitorata e sottoposta a controllo, ma quando il reale si impone alla sua rappresentazione, come gli attentati di Bruxelles hanno dimostrato, l'effetto che ne deriva è ancora più destabilizzante e il senso di incertezza aumenta.

Se prima il compito dei *media* era cercare risposte *ex-post* agli eventi, adesso il culto della notizia in tempo reale obbliga i *media* a farlo *hic et nunc* e ad assumere una logica *fuzzy* nella ricerca di nuove retoriche che giustifichino il fatto che il monitoraggio costante della realtà non sia garanzia di sicurezza e che il tentativo di fornire delle risposte può essere annientato da nuovi e più preoccupanti interrogativi.

Uno di essi è quello riecheggiato in molte testate giornalistiche all'indomani degli attentati del 22 marzo 2016 relativo a come sia stato possibile che una città sotto assedio, come lo era Bruxelles illuminata fino a quattro giorni prima dalle luci delle telecamere per la cattura di uno degli attentatori di Parigi, abbia potuto subire un attacco di tale portata sotto gli occhi dei massimi sistemi di sicurezza, delle telecamere e degli spettatori.

I *media*, che i vecchi paradigmi interpretativi avevano eletto a nuovo strumento di controllo, come possono esserlo le forze di polizia, l'*intelligence* o le telecamere a circuito chiuso (Thompson 1998), falliscono nel loro tentativo di compensare l'insicurezza di cui è portatore il reale, con una sicurezza mediale.

Essi, per lo più inconsapevolmente, si fanno veicolo di una logica *fuzzy* nella rappresentazione del reale, nella misura in cui ci fanno toccare con mano, parafrasando la già citata affermazione di Zahda (1973, 28), che al



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

crescere della complessità di un sistema l'abilità dei sistemi di informazione nel fare dichiarazioni precise, ma significative, sul suo comportamento diminuisce sino a una soglia oltre la quale la precisione e la significatività diventano caratteristiche che tendono a escludersi mutuamente.

Pertanto, la verità (mediale) sui fenomeni che stanno turbando gli equilibri delle società occidentali non può che essere rappresentata e raccontata attraverso enunciati vaghi e l'incertezza non è eliminabile nell'acquisizione ed interpretazione delle informazioni esterne, divenendo così parte integrante della rappresentazione del reale offerta dall'informazione.

4. Conclusione

Il tentativo di mettere in relazione i principi della *fuzzy logic* alla rappresentazione mediale della realtà e al ruolo che i *media mainstream* e digitali, congiuntamente, si ritagliano al suo interno è un'operazione affascinante, ma senza dubbio non priva di rischi e di limitazioni.

Il primo di tali rischi consiste nell'illudersi che l'assunzione di una prospettiva polivalente, come quella proposta dalla *fuzzy logic*, sia per un verso garanzia di avvicinamento a una rappresentazione della realtà che ne rifletta la complessità e l'indeterminatezza come suoi fattori costitutivi e possa determinare, per l'altro, un totale affrancamento dai principi della logica aristotelica. Principi che all'interno delle retoriche e dei modelli di *news-making* dei *media* continuano ad avere un grande peso, soprattutto nella rappresentazione dell'alterità e nella costruzione simbolica del nemico.

Il secondo limite è di ordine strettamente metodologico, la logica *fuzzy* ha infatti una sua ragion d'essere affiancata al sistema mediale nella misura



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

in cui si assume una prospettiva crossmediale. L'assunzione di questa prospettiva induce infatti a guardare all'azione congiunta che canali di natura diversa mettono in atto nella rappresentazione della realtà, dando luogo spesso a contraddizioni e paradossi, che riflettono quelli cui oggi assistiamo nella realtà

In altri termini, non si può non tenere conto che le azioni di denuncia e di condanna da parte dell'informazione, dell'opinione pubblica e delle istituzioni nei confronti di atti criminali, come quelli di stampo terroristico, viaggiano a volte sugli stessi canali e a volte su canali paralleli a quelli attraverso i quali i promotori e i sostenitori di tali atti cercano consenso e legittimità. Anche se, in questo secondo caso, non è possibile ravvisare una "regia", guardando al modo in cui tali siti proliferano, non si può negare che tale ambivalenza finisca comunque per avere effetti rilevanti nell'esperienza dei fruitori e nel processo di costruzione e di attribuzione di senso alla realtà.

Inoltre, applicare nella sua purezza la *fuzzy logic* alle retoriche medialie e/o ai contenuti da essi veicolati non aiuterebbe a cogliere il rapporto dialogico che c'è tra complessità e incertezza e rischierebbe di impoverire il peso che l'uso dei *frame* riveste nella rappresentazione mediale della realtà.

Un ultimo aspetto sul quale sarebbe opportuno continuare a riflettere, per tentare di superare le criticità della *communication research*, è relativo alla possibilità/eventualità di porre il *fuzzy* pensiero alla base di un nuovo modello interpretativo che non escluda del tutto i principi della logica aristotelica assumendo, in questo modo, una prospettiva dell'*et/et* che lo abiliti a dialogare con l'incertezza. Un modello capace di cogliere la polivalenza che caratterizza il ruolo dei *media* in uno scenario comunicativo segnato dalla molteplicità delle fonti e che sia auspicabilmente più adatto dei precedenti



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

ad interpretare fenomeni contemporanei complessi. Ciò oggi è possibile solo guardando in maniera congiunta al modo in cui vecchi e “nuovi” *media* si pongono nei confronti di determinati fenomeni e al modo in cui ne danno rappresentazione.

Demonizzare il sistema mediale è stato da sempre uno dei passatempi preferiti di varie branche di sapere, di diverse istituzioni e di una parte della *communication research* stessa, indipendentemente da quale fosse il paradigma dominante di riferimento.

Una delle accuse spesso ad essi rivolta è proprio quella di non offrire chiavi interpretative adeguate a leggere la complessità degli scenari sociali che pongono l'attore sociale ed i saperi dinnanzi a nuove sfide. Tuttavia, come ricorda Muller (1970), non è possibile chiedere ai *media* ciò che essi non sono in grado dare. Considerare i *media* inadeguati a cogliere la complessità delle società occidentali, e pertanto co-responsabili del clima di indeterminatezza che le attraversa, vuol dire assumere uno sguardo miope circa il loro ruolo all'interno della società. Se essi, infatti, sono riusciti a ritagliarsi una posizione di rilievo nel processo di costruzione di senso è perché in una qualche misura hanno finito per occupare uno spazio lasciato vuoto dalla crisi di altre istituzioni. Rispetto ad esse, i *media* hanno saputo rivestire una funzione vicaria nel tentativo di soddisfare un bisogno di sicurezza dell'opinione pubblica che le prime non riescono più a soddisfare fino in fondo, soprattutto quando tale bisogno è sollecitato dall'emergere di paure ed incertezze che affondano le loro radici nella dimensione planetaria.



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

Bibliografia

Adorno W.T., M. Horkheimer (1966), *Dialettica dell'illuminismo*, Torino: Einaudi.

Appadurai, A. (2001), *Modernità in polvere*, Roma: Meltemi Editore.

Baron, N. (2005), *Who Wants to be a Discipline?*, in *Information Society*, 21(4).

Baudrillard J.(1996), *Il delitto perfetto. La televisione ha ucciso la realtà*, Milano: Raffaello Cortina.

Bauman, Z. (1999), *La società dell'incertezza*, Bologna: il Mulino.

Beck, U. (2000), *La società del rischio*, Roma: Carocci.

Carey, J. (1975), *A cultural approach to communication*, in *Communication*, 2, pp. 36-45.

Castells, M. (1996), *The Rise of the Network Society*, Malden: Blackwell Publishers.

Castells, M. (2004), *The network society. A cross-cultural perspective*, Cheltenham-Northampton: Edward Elgar.

Comunello, F.(2010), *Networked sociability: riflessioni e analisi sulle relazioni sociali (anche) mediate dalle tecnologie*. Roma: Guerini scientifica.

Dal Lago A. (cur.) (1998), *Lo straniero e il nemico*, Genova: Costa & Nolan.

Gitlin, T. (1978), *Media sociology: The dominant paradigm*, in *Theory and Society*, 6, pp.205–253.

Hall, S. (1980), *Encoding and Decoding in Television Discourse*, in S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, *Culture, Media, Language: Working Papers*, in *Cultural Studies 1972-1979*.

Hine, C. (2000), *Virtual Ethnography*, London: Sage.

Hunsinger, J.(2005), *Towards a Transdisciplinary Internet Research*, in *Information Society*, 21(4).



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

- Jenkins, H. (2007), *Cultura convergente*. Roma: Maggioli Editore.
- Jones, S. (2005), *Fizz in the Field: Toward a Basis for an Emergent Internet Studies*, in *Information Society*, 21(4).
- Kosko, B. (1995), *Il fuzzy pensiero. Teoria e applicazione della logica fuzzy*, Milano: Baldini & Castoldi.
- Kosko B., S. Isaka (1993), *La logica sfumata*, in *Le Scienze*, 301, 52-60.
- Lazarsfeld, P., K. Merton (1969), *Comunicazione e cultura di massa*, Milano: Hoepli.
- Lyotard, J.F. (1985), *La condizione postmoderna*, Milano: Feltrinelli.
- Livingstone, S. (2003), *The Changing Nature and Uses of Media Literacy*, in *Media@lse Electronic Working Papers*, n. 4.
- Makarenko, T. (2004), *The crime-terror continuum: tracing the interplay between transnational organised crime and terrorism*, in *Global Crime*, 6, 1:129-145.
- Mangone, E., G. Masullo (2015), *L'Altro da Sé. Ri-comporre le differenze*, Milano: FrancoAngeli.
- Markham, A., N. Baym (cur.) (2009), *Internet Inquiry. Conversations about method*, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage.
- Matusitz, J.A. (2013), *Terrorism & communication: A critical introduction*. Los Angeles: Sage.
- McLuhan, M. (1967), *Gli strumenti del comunicare*, Milano: il Saggiatore.
- McQuail, D. (1994), *Sociologia dei media*. Bologna: il Mulino.
- Merton, R.K. (1970), *Teoria e struttura sociale*, 3 voll. Bologna: il Mulino.
- Meyrowitz, J. (1985), *No sense of place*, New York: Oxford University Press.
- Mills, C.W. (1956), *The Power Elite*, New York: Oxford University Press.



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

Morin, E. (1989), *Introduzione al pensiero complesso*, Milano: Sperling & Kupfer.

Muller, P. (1970), *Die soziale Gruppe in Prozess der Massenkommunikation*, Stuttgart: Enke.

Orgad, S. (2009), *How Can Researchers Make Sense of the Issues Involved in Collecting and Interpreting Online and Offline Data?*, in A. Markham, N. Baym (cur.), *Internet Inquiry. Conversations about Method*, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage.

Pacelli, D. (2014), *Declino del paradigma massa e crisi di partecipazione: un rapporto controverso*, in *ParadoXa*, VIII/2.

Pizzaleo, A.G. (2000), *Fuzzy logic. Come insegnare alle macchine a ragionare*, Roma: Castelvecchi.

Real, M.R. (1989), *Supermedia*, Newbury Park (CA)-London: Sage.

Rifkin, J. (2000), *L'era dell'accesso: la rivoluzione della new economy*, Milano: Mondadori.

Shannon, C.E., W. Weaver (1949), *The mathematical theory of communication*, Urbana, Univ: Illinois Press.

Thompson, J.B. (1998), *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, Bologna: il Mulino.

Tyner, K. (cur.) (2010), *Media Literacy. New Agendas in Communication*, London: Routledge.

Von Foerster, H. (1987), *Sistemi che osservano*, Roma: Astrolabio.

Van Dijk, J. (2005), *The Deepening Divide. Inequality in the Information Society*, Thousand Oaks: Sage.

Wellman, B. (2004), *The Three Ages of Internet Studies*, in *New media and Society*, 6(1).

Wellman, B. (2010), *Studying the Internet Through the Ages*, in R. Burnett, M. Consalvo, C. Ess (cur.), *The handbook of internet studies*, Chichester: Wiley-Blackwell.



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

Yang, C.C., T.D. Ng (2007), *Terrorism and crime related weblog social network: Link, content analysis and information visualization*, in *Intelligence and Security Informatics*, May, pp. 55-58.

Zadeh, L.A. (1965), *Fuzzy Set*, in *Information and Control*, 8, pp. 338-53.

Zadeh, L.A. (1973), *Outline of a New Approach to the Analysis of complex Systems and Decision Processes*, in *IEEE Transactions on Systems Man and Cybernetics*, SMC-3(1), p. 28 ss..



anno VI, n. 2, 2016

data di pubblicazione: 20 luglio 2016

Saggi

Abstract

From Dominant Paradigm To Paradox Paradigm: Fuzzy Media Logic Representing Islamic Terrorism

The crisis of dominant paradigms within communication research shows a lack of interpretative models useful to understand the media role within complex societies. A paradox paradigm seems to be, actually the best suited model to explain the contradictions produced by global culture. The aim of the paper is to analyze the traces of a fuzzy thinking in the way media logic represents phenomena like contemporary terrorism and they manages uncertainty. The fuzzy media logic could be better understood only through a cross-media perspective which allow to capture different approach that digital media and media mainstream have with regard to the uncertainty created by the terrorism. A fuzzy logic model applied to mass media and digital media and their relationship with reality could be, also, a way of better understand ambivalence in the role of media and it could be a possible way to overtaking the paradigm crisis within communication research.

Keywords: media, fuzzy logic, terrorism, dominant paradigm, uncertainty.