

3. Percorsi delle scienze della comunicazione

Nel corso del Novecento da un lato si è assistito al fiorire delle teorie e delle ricerche nel campo della linguistica e della semiotica e dall'altro al grande sviluppo dei *media studies* in seguito all'avvento dei moderni mezzi di comunicazione: stampa quotidiana e periodica, radio, televisione, internet.

3.1. Semiotiche e performance

Per quanto riguarda il percorso semiotico-linguistico, si può osservare che l'opposizione tra una visione costruttivista e una realista è già presente nei due autori che costituiscono i fondamentali riferimenti (e i "fondatori") della linguistica e della semiotica, Saussure e Peirce, che scrivono le loro opere fondamentali tra la fine dell'Ottocento e gli inizi del Novecento. Sebbene non conoscessero l'uno l'opera dell'altro, ma abbiano seguito percorsi del tutto autonomi, si può dire che le loro teorie dei segni si dividano nettamente su questo punto fondante.

La prima tradizione propone una struttura fondamentalmente binaria del segno e si concentra in particolare sul segno linguistico. Questa concezione ha trovato la sua prima e più famosa formulazione nella distinzione proposta da Saussure tra "significante" (*signifiant*) e "significato" (*signifié*)²⁵. Secondo il pensatore ginevrino il primo è l'immagine acustica, la traccia mentale, del segno, mentre il secondo è il concetto a esso collegato. Ciò che è rilevante per il nostro percorso è che nelle

analisi saussuriane del segno, che hanno il merito di classificare in modo netto fenomeni linguistici fino ad allora percepiti in modo confuso, scompare il rapporto con "le cose". Gli stessi termini "significante" e "significato" vogliono sostituire il riferimento extralinguistico con tutte le sue necessarie implicazioni filosofiche per concentrarsi sul funzionamento del linguaggio. Anche il riferimento alla più ampia dinamica della realtà sociale non altera l'impostazione che tende a indebolire o separare i significati che si costruiscono all'interno del linguaggio dalla realtà extralinguistica. Nei nostri termini tale separazione è ciò che determina un atteggiamento "nominalista", che sarà portato avanti dagli autori post-strutturalisti che ispireranno varie forme di costruttivismo a questo versante e a questa possibile lettura dell'opera di Saussure.

La seconda tradizione, che risale a Peirce, propone invece una struttura triadica del segno, nella quale appare essenziale il rapporto con l'oggetto, con la "realtà" extralinguistica da cui si origina il processo di significazione (naturalmente a condizione che l'individuo attivi tale processo). Peirce insiste sul fatto che il segno è l'intermediario tra il suo oggetto e la mente dell'interprete: all'origine del processo di semiosi c'è sempre una "realtà" sussistente al di là del soggetto che conosce e interpreta. La sua prospettiva "realistica", di continuità e non di separazione con la realtà extralinguistica, assume come punto di partenza da cui si origina il processo di significazione una situazione, un'esperienza, una circostanza

o uno stato di cose non riducibile idealisticamente alle operazioni mentali del soggetto agente, un evento che "lo colpisce" e che egli interpreta come segno di qualche cosa, agendo di conseguenza.

Il tentativo di unificare le due radici della semiotica in chiave comunicativa è il centro della semiotica interpretativa di Umberto Eco, che si trova poi alla base della sua teoria della comunicazione. Eco accetta l'eliminazione "nominalista" del riferimento a una realtà esterna alla mente sostituendola con una realtà "culturale". Non c'è dunque modo di uscire dai segni che, nella loro differenza dalla *cosa* – nella loro capacità di mentire – provocano l'infinito sviluppo delle interpretazioni, il cui limite e la cui giustificazione si trova all'interno del medesimo universo segnico, anche se tale sviluppo sarà poi compiuto secondo la ricca genetica evolutiva dei segni proposta da Peirce²⁶. Eco elabora così una teoria della comunicazione che privilegia la capacità di acquisire i codici attraverso i quali l'interpretazione si svolge a scapito di un confronto con una realtà che non può essere che semioticamente organizzata²⁷.

Sempre all'interno del percorso linguistico-semiotico, un'altra importante traiettoria del confronto tra realisti e costruttivisti è legata al crescente successo del concetto di *performance*, che si afferma negli studi linguistici con la teoria degli atti performativi di Austin e in sociologia con la teoria drammaturgica di Goffman.

Ogni parola produce degli effetti su chi la dice e su chi la ascolta. È questa in sintesi l'idea che sta alla base

della teoria degli atti linguistici (*speech acts*), formulata da John L. Austin e riassunta nella famosa espressione secondo cui dire è fare, parlare è agire²⁸. La teoria di Austin prende le mosse da una fondamentale distinzione tra enunciati constativi e performativi. Mentre i primi sono rivolti a descrivere un certo stato di cose o esporre un qualche fatto, nei secondi l'atto di enunciare la frase costituisce l'esecuzione, o è parte dell'esecuzione, di un'azione, che è qualcosa di più del semplice dire qualcosa. In sintesi: il linguaggio non rappresenta e descrive il mondo, ma *agisce* sul mondo. Gli atti linguistici, come dichiarazioni, espressioni di volontà, promesse, ordini e richieste non hanno solo la funzione di descrivere o riferire una situazione, ma piuttosto quella di provocarla, di farla accadere. Anche se le successive e celebri distinzioni di Austin tra atti locutori, illocutori e perlocutori diventano da un lato più ricche e, dall'altro, forse meno efficaci, rimane l'intuizione di fondo che distingue *atti compiuti dalle parole* da *fatti descritti dalle parole*.

In sociologia è Goffman invece l'autore che ha posto al centro della sua riflessione il concetto di *performance*, indicando con questo termine la rappresentazione che un attore sociale o un'équipe di attori mette in scena davanti a un pubblico e su una particolare ribalta sociale con lo scopo di influenzare, indirizzare, gestire (Goffman usa il verbo: *to manage*) le impressioni del pubblico a proprio vantaggio²⁹. Anche in questo caso la *performance* degli attori serve a modificare le relazioni sociali: le parole e

CHI HA PAURA DELLA VERITÀ?

i gesti con cui essi si esprimono mirano a produrre un effetto sul pubblico, cioè accreditare una certa immagine (idealizzata) dell'attore (o dell'équipe) favorevole e vantaggiosa per l'attore stesso.

3.2. Il problema della realtà nei media studies

Anche le teorie e le ricerche sulla natura e il ruolo dei media si fondano su degli assunti di base, dei presupposti espliciti o impliciti, relativi al rapporto tra i *media* e la *realtà*. Si possono individuare, a questo proposito, due modelli o paradigmi molto generali del rapporto media-realtà, che costituiscono le linee guida e le polarità a cui tutte le diverse teorie e ricerche possono essere in qualche modo ricondotte.

La prospettiva realista ha fatto proprio quello che potremmo chiamare il modello della "doppia realtà" nell'analisi dei media. In questo modello la *realtà sociale* è concepita come la realtà primaria in cui la persona è materialmente e socialmente integrata. La *realtà dei media* è invece l'immagine che riflette o dovrebbe riflettere il mondo reale come suo referente. È perciò secondaria e derivata, dotata di un minore "grado" di realtà. Nelle versioni più estreme di questo approccio, legato a una visione critica del ruolo dei mass media nella società, la *realtà dei media* sta alla realtà sociale primaria come l'ombra sta alla sostanza e l'illusione alla verità³⁰.

Il modello della doppia realtà – e quindi della discontinuità tra realtà sociale e realtà dei media – emerge chiaramente nel paradigma degli "effetti limitati" o dei

"fattori intermediari", elaborato da Lazarsfeld e dai colleghi della Columbia University, che costituisce la prima consistente teoria scientifica e il paradigma dominante della ricerca sulla comunicazione di massa fino agli anni Sessanta. Già nelle prime due famose ricerche sui comportamenti elettorali, Lazarsfeld e i suoi collaboratori³¹ rilevarono che la radio, i giornali e altri tipi di media avevano prodotto solo un'influenza limitata sulle decisioni di voto. Nel formarsi di tali decisioni avevano invece influito soprattutto le relazioni interpersonali, i suggerimenti delle persone più prossime – amici, familiari, colleghi di lavoro – assunte come guida e riferimento. Queste persone, indicate dai ricercatori come *opinion leaders* (orizzontali), avevano svolto un ruolo di mediatori e filtri tra i mass media e il resto della popolazione.

Una successiva famosa ricerca condotta da Katz e Lazarsfeld, *Personal Influence*³², che ha delineato in modo più generale i contorni teorici di questo approccio, ha confermato l'importanza delle relazioni interpersonali nel determinare i processi decisionali nei campi più diversi. Il presupposto teorico sul quale riposa l'intero paradigma dei "fattori intermediari" è il fatto che il mondo della vita quotidiana presenta una costituzione autonoma, una sua intrinseca consistenza, che precede l'azione e l'influenza dei media. È l'ambito delle relazioni interpersonali significative che agiscono da filtri (i fattori intermediari, appunto) rispetto all'influenza dei media. Non per nulla, qualora le due influenze si scontrino (e si tratti di misurarne la forza), quella del mondo delle

relazioni interpersonali risulta di norma più potente, cosicché i media agiscono perlopiù nel senso di confermare le opinioni e le credenze precedentemente formate, sedimentate, e non nel senso di mutarle. In sintesi, la sfera delle relazioni interpersonali è il mondo *primario* dell'individuo, e il suo primato si manifesta nel fatto che esso "decide" quali messaggi della comunicazione di massa verranno selezionati e accettati (e allora i media eserciteranno una funzione di conferma e di rinforzo) e quali invece rifiutati.

Lo stesso modello della doppia realtà si ritrova anche nel "paradigma critico", che è stato con ogni probabilità la più importante alternativa al paradigma dominante, rivivendo in sempre nuove versioni e declinazioni³³. Per le diverse teorie riconducibili al paradigma critico la realtà della vita quotidiana è una realtà alienata, perché riflette una sistematica distorsione dei rapporti sociali che nasce nel mondo della produzione e finisce per condizionare, in negativo, tutte le relazioni. La funzione ideologica dei media consiste nella produzione altrettanto sistematica di una coscienza distorta della realtà, avendo come scopo di nascondere dietro false rappresentazioni il carattere alienato delle relazioni sociali. In questo caso, la prospettiva realistica si coniuga con una visione coercitiva dell'ordine sociale: la struttura sociale è tenuta insieme da una violenza socialmente istituzionalizzata, di cui la funzione ideologica dei media è parte integrante. Per gli esponenti della Scuola di Francoforte³⁴ e della sociologia radicale americana come Charles

Wright Mills³⁵, i mass media restituiscono un'immagine deformata dell'ordine sociale reale nella quale si enfatizzano gli aspetti consensuali, sfumano le differenze sociali, diventano invisibili le strutture e i meccanismi del potere, emerge in primo piano l'individuo e la sua presunta autonomia (la "pseudo-individualità" di cui parlano Horkheimer e Adorno nel saggio sull'industria culturale). Non è un caso che la categoria di manipolazione (della realtà e delle menti delle persone) assuma un carattere centrale in tutti i filoni teorici e gli autori riconducibili a questo paradigma.

Questo modello dualistico trova una linea di continuità in alcune influenti teorie sugli effetti a lungo termine, come la "teoria della coltivazione" e la "spirale del silenzio", che ripropongono alcuni temi e motivi propri del paradigma critico, ma basandoli su una più solida base di ricerca empirica.

La teoria della coltivazione, elaborata da Gerbner e dai suoi collaboratori³⁶, sostiene che il "contenuto" della televisione non è semplicemente un mosaico di tanti diversi programmi e messaggi, ma è un intero mondo, con caratteristiche proprie. Basandosi su una ricerca pluriennale sulle principali reti televisive americane nel corso degli anni Settanta e Ottanta, Gerbner e i suoi colleghi affermano che il "mondo della televisione", per quanto sembri perfettamente realistico, in realtà differisce profondamente dal *mondo sociale reale* poiché è molto più intriso di violenza e le donne, gli anziani e le minoranze sono sottorappresentati. Inoltre Gerbner e colleghi rile-

vano che nei "forti consumatori" di televisione, cioè coloro che più a lungo vivono immersi nel mondo televisivo, le rappresentazioni televisive del mondo sociale tenderebbero a imporsi su quelle che si formano nell'ambiente quotidiano di vita. Si produrrebbe dunque in queste persone una specie di slittamento cognitivo per cui esse finiscono per attribuire al mondo sociale reale i caratteri del mondo televisivo. E in tal senso essi appaiono decisamente degli "alienati", che reagiscono al mondo reale sulla base della visione del mondo fittizia e deformata della televisione.

Anche la teoria della "spirale del silenzio", promossa dagli studi di Elisabeth Noelle-Neumann³⁷, fa riferimento al modello della doppia realtà per spiegare l'influenza dei mass media sul *clima di opinione*. Secondo le ricerche della sociologa tedesca, quando la maggior parte dei mass media assume un orientamento comune su importanti temi di dibattito pubblico, in accordo con le opinioni e gli interessi dei gruppi sociali che li controllano o di cui sono espressione, il loro orientamento finisce per apparire come l'orientamento dominante nell'opinione pubblica, a prescindere dal fatto che lo sia realmente. Così facendo, i media non si limitano a offrire una *rappresentazione distorta* del clima di opinione, ma vengono a *interferire* attivamente sugli orientamenti dell'opinione pubblica per un effetto di profezia che si autoavvera. Anche in questo caso ci troviamo evidentemente di fronte a un modello della "doppia realtà": l'analisi dell'influenza distortiva dei mass media presuppone infatti l'esistenza

di uno *stato autentico* dell'opinione pubblica, intesa come risultato spontaneo della discussione e del confronto tra i cittadini, prima e al di fuori della perniciosa influenza dei mass media.

A partire dagli anni Settanta e Ottanta nell'analisi dei media viene però rafforzandosi, fino a divenire dominante, la prospettiva costruttivista. All'interno di questa diversa prospettiva la concezione della natura, delle funzioni e degli effetti dei media muta radicalmente. I media = considerati come estensioni del linguaggio = non appaiono più semplicemente come mezzi che trasmettono informazioni e idee, che *riproducono una realtà pre-esistente*, ma *interpretano e trasformano la realtà nell'atto stesso di trasmettere informazioni o di intrattenere il pubblico*³⁸. Da mezzi e canali per trasmettere informazioni e contenuti, i media diventano *frame*, prospettive, codici, ambienti, che *organizzano*, e non solo *rappresentano*, la realtà. Sulla scia dei lavori di Schutz, Goffman, Garfinkel, Berger e Luckmann, un numero crescente di studiosi si riferisce ormai ai media come «*definers of social reality*»³⁹. In una parola, essi contribuiscono in modo essenziale a "dare forma" alla nostra esperienza della realtà.

Tra i filoni e gli autori che hanno fatto propria questa prospettiva, tre tradizioni appaiono particolarmente rilevanti, quelle che fanno capo a Stuart Hall, McLuhan e Baudrillard. Ognuno di questi autori ha esercitato un ruolo importante sull'analisi della comunicazione mediatica dando vita a importanti paradigmi teorici o influen-

zando comunque in modo diretto o indiretto molti altri autori e studiosi.

Stuart Hall costituisce il principale esponente della Scuola di Birmingham e dei *Cultural Studies* inglesi, che secondo molti interpreti rappresentano il nuovo *mainstream* della ricerca sociologica sui media. Pur muovendo dalla considerazione "realista" della struttura di classe della società nel solco della tradizione marxista, la sua teoria si protende per molti aspetti verso il polo costruttivista della teoria dei media. Non diversamente dagli esponenti della Scuola di Francoforte, Hall pone al centro dell'analisi la funzione ideologica dei mass media, ma la interpreta dentro la dialettica codifica/decodifica che si attua nel rapporto tra media e pubblico, cosa che i Francofortesi non erano riusciti a fare, avendo concepito la funzione ideologica dei media nei termini di una semplice trasmissione di significati e di una colonizzazione della coscienza del pubblico. Riprendendo una categoria gramsciana, Hall sostiene che tutta la cultura prodotta dai mass media, si tratti di informazione o intrattenimento, è costruita secondo un "codice egemonico" che tende a perpetuare la struttura di potere esistente e la divisione classista della società. La funzione ideologica dei mass media non consiste però essenzialmente nella trasmissione delle direttive dei gruppi dominanti, né in un'opera di consapevole censura o distorsione di avvenimenti o problemi sociali da parte degli operatori dei media. Essi assumono invece un ruolo fondamentale nel produrre e articolare una definizione della realtà, una cornice con-

sensuale «su cui ognuno concorda», che traccia i confini di ciò che è socialmente accettato, pacifico, naturale, dato per scontato. Questo incorniciamento ideologico della realtà sociale opera attraverso raffinati e complessi meccanismi di inclusione/esclusione che, da un lato, lasciano ampio spazio a una diversità pluralistica di forme espressive e rappresentazioni sociali, dall'altro stabiliscono cosa debba essere emarginato o ignorato come inaccettabile e deviante⁴⁰. Il codice egemonico agisce dunque come un *ordine del discorso* che tende a circoscrivere l'intero universo di valori e significati che la società classista può esprimere e ammettere, apparendo però al tempo stesso come perfettamente "naturale" e dato per scontato⁴¹.

Secondo Hall e i suoi collaboratori nelle società industriali avanzate il conflitto sociale si sposta in larga parte sul terreno della definizione della realtà: una vera e propria «lotta di classe nel linguaggio», una «lotta per il predominio nel discorso»⁴². I messaggi prodotti secondo il codice egemonico non si trasmettono infatti nel pubblico meccanicamente, dal momento che i riceventi attivano diversi schemi interpretativi: accanto a una lettura "preferenziale" (aderente cioè al codice dominante) sono possibili anche letture "negoziare" (selettive) e "oppositive" (di rifiuto)⁴³.

Sebbene sia stata molto osteggiata, accusata di diletantismo e impressionismo, senza dubbio il paradigma tecnologico di McLuhan⁴⁴ ha costituito all'inizio degli anni Sessanta una sfida radicale che ha spinto gli studiosi a mettere in dubbio le teorie correnti sui media e i loro

effetti⁴⁵. L'approccio di McLuhan e della scuola di Toronto potrebbe essere sinteticamente definito come teoria dell'a-priori mediatico. Secondo McLuhan, gli uomini producono i media con l'intento di risolvere alcuni problemi comunicativi, ad esempio avere più libri da leggere a prezzi più bassi, per cui si crea un movimento nella società che cerca una soluzione a questo problema, come storicamente è accaduto per l'invenzione della stampa a caratteri mobili di Gutenberg. Ma poi i media, una volta diffusi e utilizzati quotidianamente, retroagiscono sui loro creatori in un modo e a un livello che i loro creatori non potevano immaginare. Essi producono un gigantesco effetto inintenzionale modificando l'equilibrio del sistema sensoriale dei loro utilizzatori. Percepire e conoscere la realtà attraverso alcuni sensi rispetto ad altri – il sistema orale-uditivo o visivo – significa accedere a mondi di esperienza diversi. McLuhan sostiene un'idea centrale e semplice: i media non si affiancano o si sovrappongono alla vita quotidiana e ai rapporti sociali. Al contrario: l'ambiente umano e la stessa vita quotidiana si costruiscono intorno ai media, poiché questi plasmano le strutture percettive e cognitive con cui l'uomo vede il mondo e agisce nel mondo. Più che basarsi sul senso comune, i media sono all'origine di ogni senso comune.

Pur non avendo costruito una scuola o un movimento teorico ben identificabile, un terzo autore che ha esercitato un'ampia influenza con le sue posizioni radicali è Jean Baudrillard. La sua tesi della iperrealtà dei media afferma che la società attuale, saturata e colonizzata dai me-

dia, vede una trasformazione radicale dell'esperienza⁴⁶. Non c'è *prima* la realtà, *poi* la sua rappresentazione, ma è vero il contrario: le cose avvengono e si costituiscono in un certo modo già in vista della loro rappresentazione mediatica. Questa tesi, che Baudrillard sviluppa in molte sue opere, raggiunge la sua espressione massima nel libro in cui il sociologo francese afferma che la prima guerra del Golfo (1990) «non ha avuto luogo»⁴⁷. Indubbiamente ci sono stati bombardamenti reali ed effetti collaterali reali, cioè morti e distruzioni, ma l'evento si è costruito sul modello di una rappresentazione, di una simulazione. I resoconti dei giornalisti confinati in una base militare lontana dal teatro degli eventi e alimentati unicamente dai *briefing* quotidiani dei portavoce dell'esercito americano, le spettacolari immagini del grande spiegamento aeronavale della coalizione, le riprese dei bombardamenti notturni su Baghdad con il cielo illuminato dalle esplosioni delle bombe e dai traccianti della contraerea, del tutto simili a videogiochi: in realtà ciò che gli spettatori in tutto il mondo hanno visto in diretta, o hanno creduto di vedere, non era la "vera" guerra ma una rappresentazione asettica, spettacolarizzata e telecomandata che non solo non rifletteva gli eventi reali, ma ne era la più decisa negazione. Questo capovolgimento ha caratterizzato, secondo Baudrillard, tutti i grandi eventi degli ultimi decenni, dal Vietnam in poi, per cui «la notizia, contrariamente a ciò che si crede, è una sorta di buco nero, una forma di assorbimento dell'evento: è l'evento ad alta diluizione che perde la sua concentrazione e dunque

il suo stesso senso»⁴⁸. Ma questo capovolgimento accade ormai anche sul piano della vita quotidiana: pensiamo al ragazzo che va in vacanza già immaginando che posterà le sue foto su Instagram o racconterà le sue emozioni su Facebook o WhatsApp. Paradossalmente, anche azioni violente e temerarie sono spesso compiute per essere immortalate su YouTube. Insomma, lo sguardo e lo stesso divenire dell'esperienza si costituiscono già in vista della riproduzione mediatica. La rappresentazione non segue l'evento, ma lo precede e ne determina la forma.

4. Percorsi degli studi sul giornalismo

Public Opinion di Lippmann può essere considerata l'opera fondativa degli studi sul giornalismo non solo negli Stati Uniti⁴⁹. Già il titolo del primo capitolo, «The world outside and the picture in our heads», rivela la prospettiva realista e dualista che la caratterizza: noi possiamo conoscere il mondo se ci rappresentiamo correttamente ciò che è «fuori» dalla nostra mente. L'ambiente reale, preso nel suo insieme, è però troppo grande, troppo complesso e fuggevole per le nostre capacità conoscitive. Dovendo operare in questo ambiente, gli individui sono dunque costretti a immaginarlo secondo un modello più semplice utilizzando delle «finzioni» o «pseudo-ambienti», cioè particolari forme di rappresentazione. Vi sono finzioni più affidabili e aderenti alla «realtà fuori di noi» come le scienze; altre che la rappresentano più libe-

ramente come le diverse forme di arte. Ma sono soprattutto i mezzi di informazione (Lippmann poteva allora riferirsi solo alla stampa) ad avere acquisito un ruolo strategico nella costruzione dello pseudo-ambiente, poiché consentono la «conoscenza» di tutti quegli avvenimenti che ricadono al di fuori del più immediato campo di esperienza dei singoli individui, ma che pure li riguardano e li coinvolgono direttamente o indirettamente.

La rappresentazione della realtà ad opera dei mass media è descritta da Lippmann come un processo di semplificazione e tipizzazione, che traduce la complessità del mondo reale in un sistema di stereotipi, che fanno emergere alcuni aspetti della realtà a scapito di altri, li interpretano secondo formule ideologiche o di comodo, riconducono costantemente il nuovo negli schemi del già noto e già etichettato.

Questa impostazione rimane dominante fino agli anni Cinquanta e Sessanta, ma continua a esercitare un'influenza anche in seguito in numerose analisi della manipolazione dell'informazione da parte dei giornalisti, cioè sui consapevoli processi di selezione, gerarchizzazione, presentazione, controllo dell'informazione a partire da motivi ideologici e culturali⁵⁰.

A partire dagli anni Settanta, tuttavia, vari studiosi di giornalismo, attingendo anch'essi ai nuovi paradigmi sociologici, hanno iniziato a ripensare radicalmente il processo di raccolta e di produzione dell'informazione. Sono emerse tre prospettive di analisi principali: a) la prospettiva dell'«economia politica» collega e fa dipendere gli

esiti del processo informativo dalla struttura economica delle organizzazioni dei media, dalla forma di proprietà, dagli interessi economici rappresentati; b) la prospettiva "culturologica" enfatizza invece il ruolo che giocano nella scelta e nella presentazione delle notizie i valori guida, le visioni del mondo, i modelli culturali in larga parte dati per scontati, che i giornalisti recepiscono nell'ambiente professionale e nel più vasto ambiente socio-culturale in cui vivono; c) la prospettiva "organizzativa", infine, analizza principalmente le routine produttive e i vincoli organizzativi che influenzano il lavoro dei giornalisti, determinando la scelta di certi tipi di notizia e di presentazione⁵¹. Anche se con accenti diversi, questi orientamenti di ricerca condividono un'idea centrale: i criteri di selezione e di presentazione dell'informazione non sono determinati in primo luogo dalle caratteristiche degli eventi (della realtà in sé), ma dalle scelte di tipo ideologico e pragmatico «di coloro che hanno il potere di condizionare l'esperienza degli altri»⁵². In questo senso, la brevità, la novità, la negatività, la concorrenza con altri media, l'adattabilità ai *format* dei diversi media diventano criteri significativi quanto quelli di rilevanza o di gravità della notizia. Tuchman ha efficacemente sintetizzato questo nuovo modo di guardare al lavoro giornalistico, affermando che «l'atto del produrre notizie è l'atto di costruire la realtà stessa piuttosto che una raffigurazione della realtà»⁵³.

In un importante saggio sul ruolo dei media informativi in democrazia, McQuail, riassumendo gli orientamenti di molti studiosi e professionisti dell'informazione,

osserva che un'obiezione fondamentale al concetto di obiettività è che «non esiste una realtà oggettiva "esterna" da riferire: non possiamo aspettarci altro che versioni diverse di una serie eterogenea di impressioni. Nessun resoconto può essere del tutto corretto o completo, tranne che nei casi più banali»⁵⁴. Una seconda ragione del rifiuto del concetto di obiettività è che «la pretesa di offrire la pura verità sul mondo è considerata ancora più fuorviante della faziosità e della propaganda. In quest'ottica l'obiettività non può che difendere lo *status quo*»⁵⁵. In sintesi, per molti giornalisti e studiosi «primo, l'obiettività è impossibile e quindi è inutile misurarla; secondo, non è desiderabile e quindi non deve essere considerata una norma positiva della prestazione» a cui chi fa informazione debba attenersi⁵⁶.

In questo contesto anche il concetto di manipolazione perde di significato poiché, come osservano Golding e Eliott, esso presuppone che si possa raggiungere «una posizione di equilibrio» dalla quale poter guardare gli eventi liberi dall'influenza del pregiudizio, degli interessi e del potere, posizione invece impossibile da raggiungere⁵⁷. In secondo luogo, agli ormai devitalizzati concetti di verità e di obiettività dell'informazione vengono sostituiti dei succedanei più deboli e operazionalizzabili, come l'accuratezza, la completezza, la verificabilità/falsificabilità, la comprensibilità, la verifica delle fonti, l'applicazione dei criteri di professionalità.

Chi però ha definito questo cambiamento di prospettiva al più elevato livello di generalizzazione teorica è

Luhmann⁵⁸. Riferendosi al normale funzionamento del sistema informativo, il sociologo tedesco ha osservato che tale sistema è insieme eteroriferito e autoriferito. È eteroriferito per i suoi contenuti, nel senso che si occupa di eventi che appartengono al "mondo", come ad esempio la politica, la crisi economica, gli avvenimenti sportivi, l'AIDS. Al tempo stesso è autoriferito poiché il sistema "guarda il mondo" utilizzando un proprio codice specifico. Tale codice non opera attraverso la distinzione fondamentale di verità-non verità, ma in base a quella di informazione-non informazione, cioè novità-non novità. L'informazione ha il carattere essenziale e distintivo della novità: il tempo trasforma la novità in un fatto ormai noto, trasforma cioè l'informazione (che oggi è tale) in una non-informazione domani (perché già nota)⁵⁹. Le informazioni di ieri, già acquisite come "notorietà", diventano lo sfondo sul quale selezionare e fare risaltare le nuove informazioni. Conseguenza di questo processo è la continua ricerca di ciò che è inedito, strano, eccezionale, eclatante, fuori dalla norma, dai record delle quotazioni di borsa al numero di morti negli attentati terroristici. Porre il problema della verità nel giornalismo significa dunque per Luhmann compiere un fondamentale errore di prospettiva: attribuire a un sistema sociale (il sistema dell'informazione) le modalità di funzionamento di un altro sistema (quello della scienza). Così il problema della verità nel campo giornalistico è definitivamente liquidato come un non-problema.