DOPPIOZERO

Cosa ci può dire ancora McLuhan?

Vanni Codeluppi

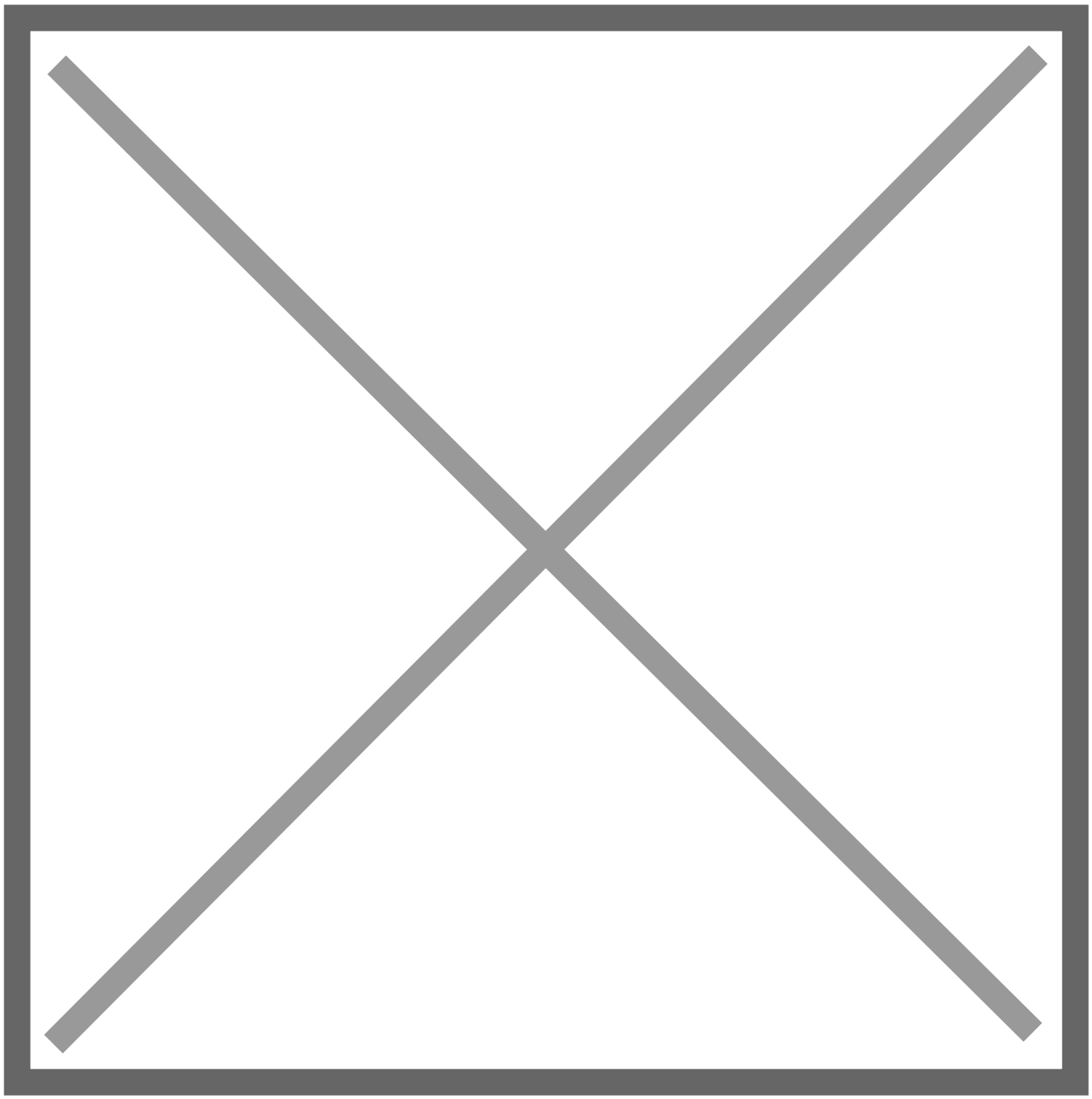
17 Gennaio 2017

Per contribuire a un momento d'incontro, approfondimento e scambio come Tempo di Libri, la fiera del libro che si terrà a Milano dall'8 al 12 marzo, non abbiamo solo creato uno speciale doppiozero | Tempo di Libri dove raccogliere materiale e contenuti in dialogo con quanto avverrà nei cinque giorni della fiera, ma abbiamo pensato di organizzare dieci incontri: maestri che parlano di maestri. Vanni Codeluppi, lunedì 12 marzo alle ore 16.oo, parlerà di Marshall McLuhan.

Il canadese Marshall McLuhan è stato probabilmente il più importante studioso dei media. È scomparso quasi quarant'anni fa, nel 1980, ma i principali concetti teorici che ha elaborato sono ancora notevolmente conosciuti e continuano in gran parte a essere efficaci per spiegare il funzionamento della comunicazione contemporanea. Certo, vanno sviluppati e aggiornati, dato il consistente tempo che è passato dalla loro comparsa. Ha dunque senso parlare ancora oggi di McLuhan se si è in grado di riprendere e migliorare le sue idee, come ha fatto in passato il suo allievo Derrick De Kerckhove in alcuni dei suoi migliori libri. Ma McLuhan può anche essere ripreso per collocarlo all'interno dell'evoluzione del dibattito culturale e cercare di sistematizzare quello che le sue idee hanno generato. È l'operazione tentata ad esempio di recente dallo studioso Paolo Granata all'interno del volume *Ecologia dei media* (FrancoAngeli).

Non ha invece molto senso parlare inutilmente di McLuhan, forse per avere un titolo che sfrutta commercialmente il richiamo del suo nome. L'ha fatto Alberto Contri in un libro in uscita in questi giorni e intitolato appunto *McLuhan non abita più qui?* (Bollati Boringhieri). In tale libro il mediologo canadese viene utilizzato molto fugacemente e di fatto solo per dire che è superato e che il suo slogan più famoso «the medium is the message» (il medium è il messaggio) dev'essere sostituito con «the people is the message». Questo concetto era già stato

sostenuto dieci anni fa da De Kerckhove, il quale lo riprende nella prefazione che ha scritto per il libro di Contri, ma è abbastanza discutibile. D’altronde, lo stesso De Kerckhove aveva anche detto dieci anni fa che «the medium is the message» andrebbe aggiornato con l’espressione «the network is the message», vale a dire che la Rete è il messaggio che viene fondamentalmente trasmesso dal medium Internet. Una tesi con la quale si può decisamente concordare, perché Internet è un medium basato sullo sviluppo di reti di connessione e quindi in questo caso il suo messaggio è costituito dalle reti che consentono di sviluppare le relazioni sociali.



–

Ma, come si diceva, sulle teorie di McLuhan nel libro di Contri non c'è molto altro. D'altronde, non si possono avere molte aspettative di approfondimento teorico nei confronti di un libro che si presenta come un classico testo di un professionista della pubblicità. Un testo cioè che presenta molti casi aziendali e adotta un punto di vista decisamente pragmatico e spesso anche molto personale.

McLuhan invece, come si diceva, ha ancora parecchio da dirci. Tralasciando i suoi concetti più noti, ci si può ad esempio concentrare sull'idea che i media non possono essere considerati dei semplici strumenti che, mediante le loro rappresentazioni, aiutano le persone ad andare verso la realtà, ma degli elementi che tendono a porsi essi stessi come un mondo in cui entrare. Si presentano dunque come veri e propri "ambienti" sociali e culturali. McLuhan riteneva infatti che ogni nuova tecnologia comunicativa fosse in grado di dare origine a uno specifico ambiente umano e sociale: «Tutti i media ci investono interamente. Sono talmente penetranti nelle loro conseguenze personali, politiche, economiche, estetiche, psicologiche, morali, etiche e sociali da non lasciare alcuna parte di noi intatta, vergine, immutata. Il medium è il massaggio. Ogni interpretazione della trasformazione sociale e culturale è impossibile senza una conoscenza del modo in cui i media funzionano da ambienti» (*Il medium è il massaggio*, p. 26).

Questa intuizione di McLuhan che il medium può essere considerato come un ambiente è particolarmente felice e non è un caso che negli ultimi decenni diversi autori l'abbiano condivisa e sviluppata. Giovanni Boccia Artieri, ad esempio, ha sostenuto nel volume *I media-mondo* (Meltemi) che oggi abbiamo prevalentemente a che fare con dei «media-mondo». Cioè non semplicemente con degli strumenti di collegamento tra gli individui e la realtà, ma con veri e propri luoghi nei quali è possibile sperimentare la realtà e dare forma a delle relazioni sociali.

Nei luoghi immateriali creati dai media dunque gli individui sono in grado di fare la loro esperienza quotidiana di vita, esattamente come la possono fare all'interno dei luoghi fisici. D'altronde, va sottolineato che, secondo questa interpretazione, non è più possibile rintracciare una precisa distinzione tra la realtà e l'immaginazione, perché la realtà che viene percepita dalle persone è essenzialmente costituita da quella proveniente dai media.

Anche lo studioso americano Joshua Meyrowitz ha riflettuto in *Oltre il senso del luogo* (Baskerville) sul ruolo svolto nella società da quei particolari tipi di ambienti

che i media sono in grado di far sorgere. A suo avviso, i media hanno sempre dato vita a degli ambienti e gli ambienti fisici tradizionali e gli ambienti dei media non devono essere visti in contrapposizione, ma piuttosto come parti di un unico *continuum*. Sono infatti entrambi in grado di favorire le interazioni tra gli individui e di attivare tra questi dei flussi di tipo informativo. Questi processi attraverso i quali i media possono cambiare la natura dei confini che limitano le situazioni sociali hanno consentito ai media elettronici di operare anche come strumenti di democratizzazione della società, come strumenti cioè che hanno messo in collegamento ambiti un tempo nettamente distinti, riducendo l'importanza delle barriere sociali tradizionalmente esistenti.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO

