

## Progetto Media-Pedia

### Medium /Media

(parola latina per origine e declinazione, plur. *media*)

Nella teoria della comunicazione, la parola designa ogni strumento utilizzato per elaborare, trasmettere, ricevere, conservare messaggi. Sono media quindi sia apparecchi tecnici, come ad esempio il telefono o la televisione, sia pratiche umane basate sull'uso di funzioni corporee, come la parola parlata e il gesto. Il termine *medium* usato in questa accezione equivale all'italiano "mezzo di comunicazione", ma con qualche sfumatura di differenza: prima di tutto, l'espressione "mezzo di comunicazione" indicava in origine tutti gli strumenti atti a mettere in connessione più persone o più luoghi, inclusi quelli che oggi definiremmo "mezzi di trasporto"; in secondo luogo, la parola "medium", che deriva dal dibattito sociologico soprattutto anglosassone (di qui la tendenza diffusa alla pronuncia inglese *midium*, o all'uso di *media* al singolare secondo la tradizione francese), è carica di una tradizione teorica che non viene necessariamente evocata con il termine "mezzo di comunicazione".

### Tipi di media

Data la vastità del concetto, numerose sono le proposte di classificazione. La più antica è probabilmente quella che distingue *mass media* o mezzi di comunicazione di massa da mezzi di comunicazione interpersonali: i primi sono strumenti che un unico emittente usa per raggiungere una pluralità potenzialmente illimitata di destinatari (dalla stampa al cinema e poi nel Novecento la radio e la televisione); i secondi sono strumenti utili allo scambio di messaggi alla pari (come la posta e poi il telefono). Più di recente ai *mass media* sono stati contrapposti i *personal media*, ovvero strumenti che non si limitano a ricevere una comunicazione o a consentire uno scambio ma permettono un'elaborazione e rielaborazione continua da parte dell'individuo-utente. Capostipite di questa categoria è naturalmente il personal computer, medium anomalo in quanto può "simulare" gran parte delle forme di comunicazione esistenti, comportandosi di volta in volta come libro e come lettore di musica, come macchina da scrivere e come televisore; ma sono *personal media* anche il *videogame* e il telefono cellulare, e non casualmente visto che si tratta comunque di apparecchi di derivazione informatica, che presentano le caratteristiche di fondo, magari semplificate, di un computer.

Un'altra distinzione, classica ma molto discussa, è quella introdotta da Marshall McLuhan, che oppone (con una terminologia presa a prestito dal jazz) i media "caldi" ai media "freddi":

## Progetto Media-Pedia

quelli del primo tipo convogliano messaggi compiuti saturando generalmente un senso soltanto, al massimo l'insieme di vista e udito; quelli del secondo un messaggio che deve essere completato o chiuso dal ricettore, e che generalmente tocca insieme diversi sensi (sinestesia: una parola che McLuhan è stato fra i primi a mettere in circolo nel dibattito culturale degli anni Sessanta). Sono "caldi" ad esempio in generale i mezzi legati alla scrittura o alla stampa, e nel campo dei media sonori il disco e (più contraddittoriamente) la radio. Sono freddi la conversazione e il telefono, l'universo elettronico e la televisione.

Sebbene la teoria dei media dello studioso canadese sia tuttora assai controversa (questo riguarda non solo la distinzione tra caldi e freddi ma anche la tesi citatissima e spesso poco compresa per cui nella comunicazione umana il medium prevale sul contenuto, ovvero "il medium è il messaggio") l'intuizione di fondo per cui la comunicazione elettronica introduce un rapporto tra l'umanità e i suoi mezzi differente rispetto al passato sta entrando nel senso comune.

### Un concetto complesso

La definizione precisa del concetto di medium, comunque, è tuttora assai problematica, e non solo per i significati che il termine assume in contesti teorici differenti ma in parte contigui alla teoria della comunicazione (ad esempio, il teorico della percezione J. J. Gibson, nel suo influente *An Ecological Approach to Visual Perception*, usa il termine "medium" per definire gli ambienti come atmosfera terrestre e acqua dove si svolge la vita, contrapponendoli all'idea astratta di "spazio"): si tratta di un concetto per più versi scivoloso

a. per la pluralità delle accezioni in cui viene usato anche nello specifico della teoria della comunicazione

b. per la tensione generalmente irrisolta tra le implicazioni tecnologiche e quelle socio-culturali del concetto.

Per quanto riguarda la pluralità delle accezioni, basta in effetti richiamare alla mente i diversi usi che facciamo, nel parlare corrente, di termini come radio e cinema, televisione e stampa. A seconda dei contesti, il significato passa dalla descrizione di una tecnologia ("la stampa venne rivoluzionata dall'introduzione della linotype", "il cinema diventò sonoro dal 1927") al riferimento a fenomeni sociali radicati nelle abitudini ("ascolto la radio solo in macchina", "al cinema si deve stare in silenzio"), al riferimento a vere e proprie istituzioni ("la stampa è libera",

## Progetto Media-Pedia

“occorre promuovere il cinema italiano”) o in qualche caso a oggetti e luoghi (“il quaderno è sopra la radio”, “ci troviamo davanti al cinema”). Un simile accumulo di significati non è casuale. I media sono insieme fatti tecnici e fatti culturali, fatti sociali e fatti psicologici, e sono generalmente radicati nelle abitudini e nella vita quotidiana.

La teoria dei media può cercare di “scegliere” uno dei diversi significati, come fa ad esempio quasi sempre la sociologia della comunicazione, che tende a trattare la tecnologia come fattore esogeno e gli aspetti culturali come dominio di altre discipline; oppure può cercare di individuare la logica profonda che lega tra loro, nell'uso sociale, questi diversi aspetti, una logica inevitabilmente storica.

### Tecnologia e società

Il problema più delicato, in questo quadro, riguarda il rapporto tra gli aspetti tecnici dei diversi media e le pratiche sociali che vi sono connesse. Secondo una tradizione teorica radicata nella nostra cultura, si tratterebbe di due universi differenti, oggetto di diverse discipline, e legati a distinte dinamiche. Così, secondo l'interpretazione sociologica prevalente della televisione (e anche, sia pure in modo più sfumato, secondo l'interpretazione di Raymond Williams) il processo che diede luogo negli anni Venti-Trenta allo sviluppo delle tecniche meccaniche e poi elettroniche di trasmissione dell'immagine non sarebbe diventato socialmente significativo se non successivamente, quando una “domanda” sociale di spettacolo a domicilio avrebbe tradotto quelle tecniche in realtà socioculturale di successo. Così, d'altra parte, la dinamica che, dagli anni Sessanta a questa parte, sta producendo ogni anno e nove mesi un raddoppio della potenza di calcolo e di elaborazione dei processori sarebbe condizione materiale dello sviluppo dell'informatica diffusa ma non ne sarebbe condizionata a sua volta.

Sempre secondo questo modo di pensare, tecnologia e società sarebbero due entità capaci ovviamente di influenzarsi a vicenda, ma che debbono essere tenute ben distinte pena altrimenti il cadere nel “determinismo tecnologico”, cioè nell'erroneo modo di pensare per cui la tecnologia in quanto tale cambia la società. In realtà la distinzione tra tecnica e società è di per sé frutto di una forzatura (che discende probabilmente dalla tradizione prima cristiana e poi cartesiana della separazione tra materia e spirito): nessun fatto tecnico è concepibile se non come frutto di processi sociali e come proiezione oggettuale di concetti e idee cioè di fatti culturali; nessuna

### **Progetto Media-Pedia**

società, tanto meno la nostra, è concepibile senza includervi gli strumenti che usa. Tanto più gli strumenti che connettono tra loro le persone: i media, appunto.

#### **Bibliografia**

- Denis McQuail, **Sociologia dei media**, Il mulino, Bologna, 2007
- Mauro Wolf, **Teoria delle comunicazioni di massa**, Bompiani, Milano, 2001
- J. J. Gibson, **The Ecological Approach to Visual Perception**, Houghton Mifflin, Boston, 1986
- Marshall McLuhan, **Gli strumenti del comunicare**, Il Saggiatore, Milano, 2002
- Raymond Williams, **Televisione, tecnologia e forma culturale**, Editori Riuniti, Roma, 2000