

Dalla cultura di massa alla cultura multimediale

Le evoluzioni in atto (talmente rapide e rilevanti da apparire, nell'insieme delle loro implicazioni, come una vera e propria rivoluzione) concorrono nella ricerca di definizioni appropriate da applicare ai possibili sviluppi culturali e sociali che sembrano profilarsi. Tra le tante accezioni che vengono veicolate nel momento della scelta dei termini che compongono una definizione si è scelto qui di prediligere il termine "multimediale" per sottolineare il carattere di convergenza, implicito nel termine, e che ben rappresenta alcune delle dinamiche in corso. Altri termini e definizioni rilevanti possono essere senza dubbio: "cultura digitale", "cultura ipertestuale", "cultura connettiva", "cultura interattiva", "cultura informatica",...

Prima di considerare quindi, con le dovute cautele, la naturale applicazione della prospettiva fin qui condotta, che porterà inevitabilmente a chiedersi quali trasformazioni culturali e sociali potrebbero venire favorite dalle innovazioni nelle tecnologie della comunicazione, è opportuna un'altra riflessione preliminare: ogni nuovo medium, nel momento della sua comparsa e nel momento della sua diffusione non ha mai eliminato i precedenti; piuttosto ha assegnato «loro una nuova collocazione funzionale nel sistema»¹, nel senso che ogni medium si è specializzato nel veicolare i generi testuali più adatti alle proprie caratteristiche e che ogni genere testuale ha un suo mezzo trasmissivo preferenziale.

¹ Giulio Lughi, *op. cit.*, p. 140.

Le reti telematiche digitali sembrano invece avere la possibilità di veicolare qualsiasi genere testuale, indipendentemente dai supporti sui quali storicamente sono nati e si sono sviluppati; si può quindi presumere che i nuovi media si presentino per certi versi come un'alternativa ai mezzi di trasmissione tradizionali, i quali d'altra parte possono ancora competere con i nuovi media grazie a caratteristiche relative al contesto fruitivo e a requisiti di funzionalità culturale (ad esempio la maggiore maneggevolezza, trasportabilità e familiarità del libro e del giornale rispetto al computer).

Può essere utile, a questo punto, l'introduzione del concetto di "ri-mediazione", formulato recentemente da Bolter come una «fase di competizione culturale tra due o più tecnologie della comunicazione» nella quale «il nuovo medium imita alcuni tratti del vecchio, ma allo stesso tempo si presenta, esplicitamente o implicitamente, come suo miglioramento o superamento»².

Il World Wide Web, secondo l'autore, è il frutto dell'assimilazione e *ri-mediazione* di quasi tutti i precedenti media visivi e testuali, compresi la televisione, il cinema, la radio e la stampa, i quali, d'altra parte possono *ri-mediare* i media più recenti: ad esempio il cinema tradizionale con l'utilizzo della grafica computerizzata, o la televisione con lo sfruttamento massiccio dei nuovi media, tanto che «spesso il teleschermo sembra sintonizzato su una pagina del World Wide Web»³. Come già esposto in precedenza, l'introduzione di una nuova tecnologia cognitiva non aggiunge e non elimina nulla al sistema di comunicazioni: cambia tutto.

² Jay David Bolter, *Lo spazio dello scrivere...*, cit., p. 41.

³ Jay David Bolter e Richard Grusin, *Remediation. Understanding new media*, MIT Press, Cambridge 1999, cit. in Pietro Venturini, "Il medium è ciò che Ri-media", <http://filosofia.dipafilo.unimi.it/hermes/hermes_2002/testedit.php?cid=322>.