

McLuhan e Debray. Un dialogo (perlopiù) possibile

Alessio Ceccherelli, Università Tor Vergata, Roma

McLuhan and Debray. A (mostly) possible dialogue. *In the progressive definition of his idea of mediology, Régis Debray (inventor of the term) compares himself several times with the lesson of Marshall McLuhan. It is a respectful but also polemical comparison. In his Introduction à la médiologie, Debray devotes an entire chapter to deconstructing the well-known formula “The medium is the message”, highlighting its over-simplification on the one hand, and its semantic strength and complexity on the other.*

This article sets out to retrace the points of contact and divergence between the two great scholars, attempting to highlight how the French thinker has re-read and taken up the assumptions of Understanding media and other McLuhan works, starting from the very concept of medium. Indeed, Debray has his peculiar idea of the medium, which only partly overlaps with McLuhan's. If for McLuhan it is - as an extension - traceable in every artefact, be it tangible or intangible, and is therefore given, for Debray, the medium does not exist per se but is given from time to time, depending on the object of study. In the Introduction, he tends to separate the two interpretations systematically, sometimes forcing his hand even from a lexical point of view and accentuating a difference that, on closer inspection, is not so wide.

Debray's enucleation of the concepts of milieu and mediation is also interesting. The former represents, for the French scholar, the safe conduct for the accusations of determinism, which have often affected the McLuhanian theoretical framework. The milieu is what filters - culturally, politically, socially, technologically - every new technical introduction, allowing (or preventing) it to become part of the material and symbolic universe of the human being. Mediation, on the other hand, is the cornerstone of Debrayan reflection: it is to it, much more than to the medium, that the prefix medium- of the word mediology refers. Richard Grusin, who owes much to McLuhan, spoke a few years ago of “radical mediation”, underlining the importance of mediation for the very definition of the individual's identity. How is the idea of mediation dealt with in McLuhan's thought? The article also attempts to question this aspect.

Keywords: medium, message, mediation, milieu, mediasphere.

Uno dei meriti incontestabili di un testo come *Understanding media* è quello di aver definitivamente sdoganato il termine e il concetto di *medium* negli studi sulla comunicazione. Pur sottoposto negli anni a critiche provenienti da molti ambiti accademici, Marshall McLuhan è infatti universalmente riconosciuto come il padre dei *media studies*, capace di offrire uno sguardo prismatico e ricco di intuizioni sulle modalità di relazione tra l'essere umano e gli ambienti in cui esso si trova ad agire. Nel corso del tempo, la teoria dei media è evoluta e si è diversificata in vari filoni di ricerca, interrelati e connessi, a volte sovrapponendosi con altri termini e concetti. Tra di essi c'è quello di “mediologia”, non di rado confuso – ma a torto – con la massmediologia, e

McLuhan è spesso annoverato tra i suoi principali esponenti. L'invenzione del termine si deve però a Régis Debray, che lo usa per la prima volta in *Le Pouvoir intellectuel en France* (1979), per poi renderlo fulcro del suo discorso teorico e pratico negli anni a venire. Già a partire dal *Cours de médiologie générale* (1991) e dai *Manifestes médiologiques* (1994), Debray instaura un dialogo a distanza con il pensiero di McLuhan; ma è soprattutto nell'*Introduction à la médiologie* (2000), al tempo stesso summa e programma di una pratica di ricerca sviluppatasi in più di 40 anni tra monografie e riviste (*Les Cahiers de Médiologie e Médium*), che il dialogo diventa più fitto e sistematico, al punto da dedicare l'intero secondo capitolo alla "radiografia" della celebre formula "The medium is the message", da un lato polemizzando e prendendo le distanze, dall'altro dichiarando il grande rispetto per la "mente acuta, intuitiva" sebbene "non molto rigorosa" (Debray 2000, p. 35)¹ dell'autore canadese. Il confronto tra questi due autori centrali per l'attuale riflessione mediologica è particolarmente proficuo, e ne vedremo da vicino i punti di contatto e le differenze (anche profonde), a partire dai quattro pilastri su cui si fonda la base epistemologica del pensiero di Debray. Una delle caratteristiche principali della sua mediologia è, infatti, nel valore attribuito al prefisso *medio-*. Se di norma esso viene associato al *medium* (e dunque la mediologia sarebbe lo studio dei media), nell'argomentazione di Debray il riferimento principale è invece all'idea di *mediazione* e più in generale di trasmissione (e dunque la mediologia sarebbe lo studio delle mediazioni e delle "tecniche che permettono alle idee di influenzare il corso degli eventi", Debray 2019). Ancora più precisamente, però, né la mediazione né il medium avrebbero senso senza considerare altri due elementi, ovvero il *messaggio* e il *milieu*, vale a dire l'ambiente, il contesto socioculturale, politico e infrastrutturale entro cui si sviluppano i processi di mediazione di un messaggio per mezzo dei media; e dunque la mediologia rimanda all'insieme "dei vettori inerti e animati necessari, per una data epoca o società, a veicolare il significato" (Debray 2000, p. 127).

¹ Le traduzioni delle citazioni dall'*Introduction à la médiologie* sono mie. I numeri di pagina rimandano però all'originale francese.

La prima M: il medium

Prendiamo spunto da queste 4 M (medium, messaggio, milieu, mediazione) per ripercorrere il pensiero dello studioso canadese e di quello francese, partendo dalla prima. C'è, in McLuhan, una certa anarchia nell'uso di concetti simili ma non del tutto sovrapponibili. All'interno di *Understanding media*, egli usa ovviamente sia *medium* al singolare che *media* al plurale, ma solo a volte vengono specificatamente legati alla "comunicazione", ad esempio quando parla della luce elettrica che "non appare a prima vista un *medium* di comunicazione" (1964 [2002], p. 17), o dell'automobile, definito come "*medium* caldo, esplosivo, di comunicazione sociale" (ivi, p. 236). In altre occasioni, egli privilegia invece parole (e concetti) come "tecnologie", "strumenti di comunicazione", "innovazioni", "risorse naturali", a volte accostandoli come fossero sinonimi, altre volte distinguendoli: "I nuovi *media* e le nuove tecnologie con cui amplifichiamo ed estendiamo noi stessi" (ivi, p. 75); senza dire, però, cosa siano gli uni (i *media*) e cosa le altre (le tecnologie). È come se McLuhan applicasse quella modalità argomentativa che egli individua nel pensiero ebraico e orientale, e che associa all'era elettrica nella sua interezza, ovvero una forma a "spirale concentrica e con ridondanza", che "con la sua infinita intersezione di piani" risulta necessaria "all'approfondimento della conoscenza" (ivi, p. 35). Ritorna dunque più e più volte sugli stessi concetti, proponendo definizioni e metafore talora simili (i *media* come protesi o come estensioni), talora decisamente diverse (i *media* come autoamputazioni o come risorse naturali), finendo – se non con il contraddirsi – con il confondere le acque. Molti anni dopo, in *Laws of media* (1988), parlerà genericamente di *media* come "artefatti dell'uomo", che fungendo da metafora traducono "l'esperienza da una forma all'altra"; essi possono essere

di tipo tangibile o *hardware*, come le tazze, le mazze, le forchette e i cucchiari, o strumenti e congegni e motori, ferrovie, navi spaziali, radio, computer e via dicendo", o "di natura *software* come le teorie o le leggi della scienza, i sistemi filosofici [...], i generi o gli stili nella pittura o nella poesia o nel teatro o nella musica, eccetera. (McLuhan, McLuhan 1988 [1994], p. 31)

Eccetera. Questa genericità è stata da sempre tacciata di vaghezza, se non di

confusione. Lo dice Giovanni Cesareo nella sua introduzione all'edizione Garzanti de *Gli strumenti del comunicare* (1986). Ma già Umberto Eco (1967), a ridosso della prima edizione italiana, era piuttosto critico circa l'argomentazione contraddittoria e sincronica di McLuhan, e notava come egli tendesse a mischiare sotto lo stesso concetto di *medium* più aspetti: il *canale* (veicolo materiale dell'informazione), il *codice* (struttura interna di un linguaggio) e il *messaggio* (contenuto di un atto concreto di comunicazione). E Debray parte da questa constatazione (1994) per prendere le distanze dal discorso McLuhaniano, fino al punto di definire il medium come qualcosa di non dato in assoluto, ma da rintracciare di volta in volta a seconda dell'oggetto di studio, "elaborato caso per caso, a seconda delle situazioni" (Debray 2000, p. 125):

il *medium* non esiste *di per sé*, come unico e visibile in sé. È una parola trabocchetto. Si riferisce infatti a diverse realtà, di natura differente, che non si contraddicono, che spesso si sovrappongono, ma che non possono in alcun caso confondersi. Un medium può indicare: 1) un *procedimento generale di simbolizzazione* (parola articolata, segno grafico, immagine analogica); 2) un *codice sociale di comunicazione* (la lingua usata dal parlante o dallo scrivente); 3) un *supporto fisico* di iscrizione e immagazzinamento (pietra, papiro, supporto magnetico, microfilm, CD-ROM); e 4) un *dispositivo di diffusione* con la corrispondente modalità di circolazione (manoscritto, stampa, digitale). (Debray 2000, p. 35)

Le dimensioni hardware e software, evocate da McLuhan, non sono alternative per lo studioso francese, ma convivono in ogni medium. Per lui, infatti, il medium ha sempre "una *doppia natura* o un doppio corpo"; una coesistenza di "materialità e corporeità", di "strumento" e "gesto, personale o collettivo", che "risponde ai due versanti di un processo di trasmissione: quello logistico e quello strategico" (ivi, p. 126). Nella sua argomentazione, a risultare centrale è proprio il concetto di trasmissione, ovvero la dinamica di funzionamento della memoria collettiva e della cultura, nel tempo, che non può avvenire senza l'intervento di una o più istituzioni pubbliche. Nel medium c'è pertanto da considerare un insieme di vettori tecnici (i supporti fisici, le modalità di espressione, i dispositivi di circolazione) e un insieme di vettori istituzionali (i codici linguistici, i quadri organizzativi, le matrici alla base dell'organizzazione concettuale del messaggio).

Si tratta, dice Debray, di vettori che nella realtà non sono disgiunti, ma sovrapposti, “aggrovigliati”. Esempio: che cosa è servito a un cavaliere dell’Impero Romano per “trasportare un messaggio dell’imperatore a una guarnigione del *limes*?”. La risposta prevede, dal lato tecnico, “1) una strada pavimentata (via Appia, via Domizia, etc.); 2) un cavallo; 3) una rete globale di spedizione (stazioni di posta, magazzini, guarnigioni, approvvigionamenti)”; e, dal lato istituzionale, “4) la lingua latina (per codificare e decodificare l’informazione inviata o ricevuta mediante il messaggero); 5) uno Stato centrale che riscuote le tasse e dà ordini (*Senatus populusque romanus*); 6) un sistema di rappresentazioni collettive (morale, disciplina, volontà di potenza)” (ivi, p. 129). Insomma, “A serve da medium a B quando B avviene attraverso A, e sviluppa i suoi effetti con la sua mediazione. La funzione “medium” di un oggetto *x*, che non lo è di per sé né lo è sotto tutti gli aspetti, è per l’appunto il risultato di un’analisi di specie” (ivi, p. 125).

Da un lato, influenzato probabilmente dalla forte tradizione semiotica francese, egli prova a ridurre quell’approssimazione riscontrata in McLuhan, articolando in modo il più possibile coerente e sistematico il suo pensiero, e scendendo spesso in esempi concreti e chiari, riferiti a epoche diverse. Dall’altro, però, finisce anche lui con l’intorbidare le acque. La sua idea di *medium*, infatti, risulta essere al tempo stesso troppo specifica e troppo astratta, limitandone la diffusione e l’applicabilità. Senza considerare che in alcuni passaggi finisce un po’ col contraddirsi. Dice che *media* non è da intendere come il plurale di *medium* (e infatti scrive spesso *médiums*); ma a volte lo usa, al singolare, per riferirsi sia a uno strumento di comunicazione di massa, sia a un’idea più ampia, tutta mcluhaniana, come quando parla di “*média dominant*” (ivi, p. 94) intorno a cui si costituisce e si organizza una mediasfera, ovvero il corrispettivo delle ere individuate da McLuhan e Ong (1982). Il problema è che alcune pagine prima si riferisce allo stesso concetto parlando, sempre al singolare, di sfera del “*médium dominant*” (ivi, p. 46). Usa poi il singolare anche nel richiamare un’altra celebre frase del mediologo canadese: “*le discours d’un média est toujours un autre média*” (ivi, p. 144): il contenuto di un medium è sempre un altro medium. Pur volendo accettare l’accusa di semplicismo e di superficialità mossa da Debray, e

la necessità di prendere terminologicamente le distanze distinguendo il *medium* dal *media*, ciò di cui McLuhan parla in questa frase è senza dubbio cosa diversa dal mezzo di comunicazione di massa o dal semplice “mezzo d’espressione”. Ha semmai a che fare con l’idea fondamentale di protesi ed estensione, metafore utilizzate frequentemente da Debray stesso: “Il dono della protesi che ha reso l’uomo umano” (ivi, p. 20); “l’uomo ha successivamente esteriorizzato la forza percussiva del suo braccio nell’amigdala, il movimento delle gambe nella ruota [...], i suoi sogni sugli schermi, la sua corteccia nei chip” (ivi, p. 23). Ecco perché questa sottigliezza lessicale complica più che illuminare.

In definitiva, il significato di fondo sembra essere questo: ogni “cosa”, sia essa tangibile o astratta, oggetto o concetto, prodotto o processo, non è medium di per sé, ma può svolgere la *funzione* di medium, in certe situazioni e secondo certi aspetti (tecnici e istituzionali). E dunque, più o meno: ogni artefatto umano, hardware o software, non è ma *può essere* un medium. Non siamo così distanti da McLuhan.

Le altre M: messaggio, milieu, mediazione

Per quanto riguarda il messaggio, l’altro termine chiamato in causa in “The medium is the message”, né Debray né McLuhan sono particolarmente generosi nella spiegazione, non certo come lo sono per il medium. Forse perché si tratta dell’oggetto di studio privilegiato di altre discipline (la semiologia e la semiotica, la linguistica, la pragmatica comunicativa), con cui la mediologia entra spesso e volentieri in relazione. Ad ogni modo è proprio nel decostruire la nota frase che Debray si interessa al messaggio, distinguendolo dall’enunciato scientifico. Se questo è impersonale, senza necessaria relazione con un mittente e un destinatario, e rientra nel campo del *verum* (che riguarda le verità dimostrabili o falsificabili), il messaggio

è invece, implicitamente o meno, *vocativo* (voi pagani dell’Impero, proletari di tutto il mondo, nevrotici di Vienna, elettori d’Europa, etc.). È *prescrittivo* più che descrittivo (dovete obbedire a Dio, aderire al partito, ascoltare il vostro inconscio, votare per i candidati giusti, etc.); ha un valore essenzialmente *pragmatico* (l’importante è fare, non sapere [...]). (ivi, pp. 34-35)

Esso rientra, insomma, nel campo del *certum* (che riguarda le credenze e le certezze soggettive). Al di là dell'inquadrimento concettuale, quello che interessa qui è l'attenzione posta non sul contenuto del messaggio, ma sugli effetti che esso provoca in chi lo riceve. Si tratta, insomma, di un'attenzione niente affatto ermeneutica, ma prettamente pragmatica circa il "potere delle parole, dei suoni e delle immagini", circa l'efficacia simbolica, "ovvero in che modo opera l'astratto nel concreto" (ivi, p. 107).

McLuhan, anche in questo caso, è più indefinito. Distingue il messaggio dal suo contenuto, e lo apparenta – ma in modo opaco – al significato: "Molti erano inclini ad affermare che il significato o il messaggio della macchina non doveva risiedere nella macchina in se stessa ma nell'uso che se ne faceva" (McLuhan 1964 [2002], p. 15). Dopodiché, lo mette in stretta relazione col medium, e dunque col "mutamento di proporzioni, di ritmo o di schemi che introduce nei rapporti umani" (ivi, p. 16), con la "transizione dalle connessioni lineari alle configurazioni" (ivi, p. 21), etc. Quello che appare più chiaro, però, è che anche lo studioso canadese, come quello francese, è particolarmente interessato agli effetti che i messaggi possono avere a livello individuale e sociale: "L'interesse per l'effetto anziché per il significato è una novità fondamentale dell'era elettrica in quanto l'effetto mette in gioco la situazione totale e non un solo livello d'informazione" (ivi, p. 33). Egli sottolinea l'importanza degli effetti dei media sulle persone (sui loro corpi e i loro sensori) e sulle società, e su questo è pienamente in linea con l'attenzione *pragmatica* di Debray. Anche per quanto riguarda il messaggio, quindi, i due sono piuttosto vicini: McLuhan lo identifica genericamente col significato, Debray lo interpreta come informazione carica di significati; entrambi, comunque, sono più attirati dagli effetti che esso produce.

Riguardo agli altri due termini, milieu e mediazione, la relazione si fa più sfumata. Nel senso che McLuhan non li usa esplicitamente, se non di sfuggita, e la sua argomentazione in merito va dunque interpretata retrospettivamente. Partiamo dunque da Debray, secondo cui il milieu svolge un ruolo fondamentale nel filtrare l'incidenza dei media nella società e nella cultura, preservando il suo discorso dal rischio di determinismo tecnologico, più volte associato invece a McLuhan.

L'esempio portato è – forse non a caso – quello della stampa, al centro di uno dei testi più noti dell'autore canadese (1962). Debray fa notare come l'invenzione del principio della stampa, da parte dei cinesi, preceda di molti secoli quella di Gutenberg. A causa, però, di alcuni fattori culturali (l'ideografia cinese ha migliaia di caratteri e non ventisei), tecnologici (non si conosceva la pressa a vite e non c'era una metallurgia significativa) e politici (un potere che prediligeva il monopolio statale al libero commercio), la stampa “ha modificato la mentalità medioevale, non la cultura cinese”. Questo perché “la tecnica consente, l'ambiente filtra, e l'uomo dispone” (Debray 2000, p. 89). Quanto detto per la stampa, vale ovviamente per qualsiasi medium, anche per quelli di più recente introduzione. Gli esseri umani, ad esempio,

non sono soli, mentalmente, davanti al loro schermo, alla loro postazione, alla loro tastiera; concepiscono e trattano il nuovo utensile attraverso un ambiente collettivo, reattivo, selettivo, e non immediatamente, ingenuamente (come pensava McLuhan, per il quale i media modellano direttamente il *sensorium* individuale a loro immagine, ad esempio il carattere di stampa visivo e sequenziale forma per ricalco una cultura visiva e sequenziale, etc.). (Debray 2000, p. 92)

La critica a McLuhan è qui netta, aggiungendosi a quelle che negli anni gli sono state fatte (Cesareo 1986). In realtà, in *Understanding Media* egli fa più volte riferimento all'idea di ambiente, ma sembra più che altro limitarlo alla dimensione culturale e non anche a quella sociale, politica e infrastrutturale come fa esplicitamente Debray. Parla, infatti, di “matrice culturale entro la quale esso [il medium] agisce” (McLuhan 1964 [2002], p. 19); di culture in cui uno stesso “medium può essere caldo, in altre freddo. Esempi: il ballo in USA e in Russia” (ivi, pp. 36-37), o più generalmente di culture calde e culture fredde (ivi, p. 40). Solo più fuggacemente si riferisce in modo esplicito a un “*milieu* sociale” (ivi, p. 38), o alle altre dimensioni del contesto d'azione, menzionando “l'appoggio tecnologico e culturale dell'alfabetismo e della sua galassia di istituzioni industriali e politiche frammentarie” (ivi, p. 116). In un caso, però, scrive che “Quando una nuova tecnologia penetra in un ambiente sociale non può cessare di permearlo fin quando non ne ha saturato ogni istituzione” (ivi, pp. 189-190). Insomma, l'idea di fondo è decisamente diversa da quella del francese, perché in

questo caso se la tecnica consente, l'ambiente non solo non filtra ma ne viene condizionato, condizionando anche l'uso che ne fa l'uomo. È come se McLuhan desse un po' per scontato (o considerasse inerte) il ruolo del contesto, comprendendolo in un'idea indistinta di "cultura". A voler leggere in profondità e a cogliere i suoi accenni fugaci, forse anche lui attribuisce in realtà un ruolo più attivo al quadro socioculturale in cui i media agiscono, altrimenti non parlerebbe di temperature distinte (caldo, freddo) degli stessi media in culture diverse; ma questo ruolo viene sicuramente oscurato dalla forza icastica e provocatoria dei suoi motti, delle sue formule a effetto. In "The medium is the message" l'ambiente, pur essendoci, non c'è e finisce col non vedersi.

Stessa cosa per la mediazione. McLuhan non ne parla mai in modo esplicito, ma descrive così gli effetti dei media sui corpi dei soggetti umani e sulle loro relazioni:

Ogni forma di trasporto non soltanto porta, ma traduce e trasforma il mittente, il ricevente e il messaggio. L'uso di un qualunque *medium*, o estensione dell'uomo, altera gli schemi d'interdipendenza tra le persone come altera i rapporti tra i sensi. (McLuhan 1964 [2002], p. 99)

Il passaggio è molto simile a quel che Debray dice del concetto più caratteristico della sua idea di mediologia, centro nevralgico di tutto il suo ragionamento:

La mediazione è un mezzo di autorealizzazione. È ciò che dobbiamo attraversare per diventare ciò che siamo, poiché nulla (e men che meno l'uomo) esiste immediatamente. Bisogna sempre attraversare qualcos'altro, e questo passaggio è molto più [...] di un semplice attraversamento: è una prova che trasforma dall'interno. (Debray 2000, p. 118)

In Debray, l'accento è sul trasporto nel tempo, perché la mediazione è un processo diacronico e storico; in McLuhan, l'accento è invece più sul trasporto come metafora, ovvero di un medium che – in quanto metafora – traduce e trasporta il significato da una forma all'altra. In tutti e due i casi viene notato il ruolo trasformativo dei media e delle mediazioni da essi indotte. Il soggetto

umano non usa semplicemente i media; egli è i suoi media (nel senso che è umano proprio in virtù dei media che ha ideato, creato e usato). Su questo, sono allineati.

Forse non è un caso se, più recentemente, un noto studioso dei media di confessata estrazione mcluhaniana, come Richard Grusin, si sia interessato proprio alle mediazioni come nucleo semantico su cui porre l'attenzione, in quanto esse “generano, riconfigurano e trasformano, nonché connettono, le esperienze” (2015 [2017], p. 228); fino al punto di proporre un'ecologia della mediazione: “il contatto, la mediazione e la trasformazione descrivono la condizione propria delle cose, nelle quali gli umani e i non umani già si trovano” (2016 [2017], p. 287).

Così lontani...

La sistematica decostruzione di “The medium is the message” pone Debray in opposizione netta, quando non aspra, a molte posizioni di McLuhan. Nei suoi testi non mancano accenni caustici al mediologo canadese, definito “poeta-profeta”, tacciando il suo pensiero di semplicismo, sebbene illuminante.

Non poche sono in effetti le differenze, anche sostanziali, tra i due approcci. Innanzitutto, come detto, a essere diverso è il fulcro del loro discorso: per McLuhan è il medium, per Debray è la mediazione. Il primo, inoltre, si interessa principalmente al corpo individuale, fisico, dell'essere umano, ovvero al modo in cui i media agiscono sul suo *sensorium*. Protesi, estensioni, autoamputazioni, shock, sono tutte metafore che agiscono sul e nel corpo: “Ogni invenzione o tecnologia è un'estensione o un'autoamputazione del nostro corpo, che impone nuovi rapporti o nuovi equilibri tra gli altri organi e le altre estensioni del corpo” (McLuhan 1964 [2002], p. 58); e il conflitto introdotto da ogni nuovo medium si riverbera dall'ambito socioculturale a quello intimo, individuale: “i rapporti tra i diversi media sono soltanto un sinonimo di questa ‘guerra civile’ in corso nella nostra società come nella nostra psiche” (ivi, p. 58). L'intero sistema nervoso è continuamente oggetto di sollecitazione da parte dei media, fino al punto di estendersi interamente coi media elettrici. Non è un caso che tre anni dopo *Understanding media* egli riformuli la sua frase in “The medium is the massage”

che, al di là del calembour polisemantico con *mass age* (era di massa) e *mess age* (era del caos), insiste proprio sulla dimensione corporea degli effetti dei media (McLuhan, Fiore 1967).

Debray, al contrario, è molto più interessato a un altro tipo di corpo: quello collettivo in primis, e poi quello istituzionale. La sua formazione e le sue premesse sono politiche, molto più di quanto non lo siano quelle di McLuhan. Ecco perché egli riflette, e insiste, sui processi di trasmissione nel tempo: la sua idea di mediologo è quella di un agente di collegamento tra passato, presente e futuro, che si chiede in modo critico “a quali condizioni materiali e sociali [sia] possibile un’eredità” (Debray 2000, p. 21) e, quindi, in che modo funzionano i processi culturali e le loro trasformazioni. Il suo è un interesse storico, di lunga e lunghissima durata, e i media sono – come visto – insieme di vettori che rendono possibile (o non possibile) la mediazione, e dunque la trasmissione.

Questa dimensione storica è meno pregnante in McLuhan. Anche lui, ovviamente, fa continui accenni all’evoluzione nel tempo, alle diverse ere mediali, e in fondo uno dei suoi libri più noti, *The Gutenberg Galaxy* (1962), ricostruisce storicamente le premesse e le conseguenze, di breve e lunga durata, dell’invenzione della stampa. Il centro del suo discorso sembra però essere altrove; la ricostruzione storica serve per dire e dimostrare (o almeno suggerire) altro: il rapporto tra media e corpo, il rapporto tra media e media, il cambiamento in termini di percezione della realtà, etc.

Le differenze nella loro formazione culturale (più filosofica e politica in Debray, più artistica e letteraria in McLuhan) si evidenziano anche nel ruolo assunto dall’immaginario nelle loro trattazioni. Esso è presente in entrambi, per quanto non esplicitamente menzionato nei modi in cui lo si fa oggi negli studi sull’immaginario (Grassi 2006; Marzo, Mori 2019). In Debray svolge una funzione rafforzativa della sua argomentazione: gli estratti del *Fedro* di Platone (il mito di Theuth) e di *Notre-Dame de Paris* di Hugo (il “Questo ucciderà quello” di Frollo), le frasi di Paul Valéry prese dai *Carnets* o dalle *Histoires brisées*, puntellano il suo discorso, fornendo esempi che, in forma più narrativa o più poetica, illustrano i suoi concetti di fondo. In McLuhan, invece, più che rafforzare (cosa che comunque fanno), gli esempi tratti dall’immaginario sembrano quasi

generare le sue idee, le sue intuizioni fulminanti. Sono tratti dalla letteratura, soprattutto Shakespeare, Joyce, Blake, Baudelaire, Eliot, ma le citazioni – in *Understanding media* e in altri suoi testi – sono tantissime, sistematiche. Non usa mai il termine specifico, ma nei fatti usa le figure dell’immaginario per evidenziare come esse anticipino sensibilità percettive e forme di autoamputazione e di resistenza che si sarebbero sviluppate in seguito, con l’introduzione di nuovi media. È quella funzione anticipatoria dell’artista in grado di captare le alterazioni provocate dai media, artista che verrà definito – parafrasando Ezra Pound – come “antenna della razza” umana. In un passaggio in cui parla del ruolo assunto dal best-seller letterario nell’industria cinematografica, dice che esso è una “garanzia del fatto che nella pubblica psiche è stata isolata qualche nuova *Gestalt* o qualche nuova struttura” (McLuhan 1964 [2002], pp. 64-65). Questa idea di “pubblica psiche” è molto prossima, nei fatti, a quella di immaginario, le cui funzioni simboliche sono in grado di sprigionare significati condivisi e necessari.

... *così vicini*

Eppure, nonostante le differenze nelle premesse e negli obiettivi, nonostante i puntigli terminologici, alla fine dei conti le due visioni medialità non sono poi così distanti: una (di McLuhan) più vaga e approssimativa, ma con una capacità insuperata di stimolo e di provocazione, oltre che espressa in modi facilmente comunicabili; l’altra (di Debray) più sistematica e puntuale, finanche didascalica, e l’*Introduction* è non a caso ricca di esempi, tabelle e quadri sinottici. Entrambe sono però basate su concezioni comuni. E in chiusura della sua *radiografia del cliché* “The medium is the message”, è lo stesso Debray ad ammetterlo: “Tutto sommato, la formula stereotipata, che inizialmente avevamo giudicato a dir poco leggera, non è poi così male per cominciare” (Debray 2000, p. 42). D’altra parte, se Debray sostiene che il mediologo è un “archo-modernista” (ivi, p. 198) e non può che arrivare in ritardo nello studio della mediazione e dei processi di trasmissione (ivi, p. 49), McLuhan scrive che è solo “stando al di fuori di una struttura o di un *medium*, che si possono individuare i principi e le linee di forza”

(McLuhan 1964 [2002], p. 23), altrimenti si finisce con l'essere narcotizzato dal medium stesso. Uno si posiziona dopo, l'altro si posiziona fuori: le due prospettive euristiche sono molto vicine. Così come molto vicine, se non quasi sovrapponibili, sono anche le concettualizzazioni delle mcLuhane ere mediali (oralità, scrittura, stampa, elettricità, elettronica) e delle debrayane mediasfere (mnemosfera, logosfera, grafosfera, videosfera, ipersfera), elaborate già a partire dal *Cours de médiologie générale* (1991).

I punti di contatto si riverberano anche altrove, sia nell'individuazione di certi atteggiamenti culturali, sia nel proprio atteggiamento verso i processi di innovazione mediale (e culturale). Ad esempio, entrambi notano come esista una certa "discronia" tra l'apparizione di un nuovo medium e il suo iniziale utilizzo:

Ci siamo acculturati al cinema attraverso la fotografia, alle fotografie attraverso la pittura, e alla televisione come se fosse una radio parassitata dai pixel. L'ultima ondata d'immagini e di segni rifluisce nella penultima, e le due si sovrappongono, travolgendo anche noi. Ecco allora che gli usi effettivi sono regolarmente al di sotto del potenziale dello strumento e delle aspettative dei pianificatori. (Debray 2000, p. 92)

Debray parla di due effetti che agiscono contemporaneamente a favore di questo atteggiamento discronico. Il primo è l'*effetto scoperta*, ovvero lo "svelamento retrospettivo che si traduce inizialmente in un sentimento di nostalgia per paesaggi familiari sul punto di scomparire", perché nella "storia dei media è il presente che illumina il passato" (ivi, p. 194). Il secondo, concepito da Jacques Perriault (2000), è l'*effetto diligenza*, riferito al "ritardo con cui una nuova generazione di vettori si libera dalla forma della precedente, che finirà col rompere ma che inizialmente tende ad abbracciare" (ibidem); e infatti il "libro stampato ha impiegato almeno un secolo per emanciparsi dalle forme del manoscritto", così come le "prime carrozze ferroviarie erano diligenze poste su rotaie" (ibidem).

Il discorso è in tutto e per tutto simile a una delle idee cardine del pensiero di McLuhan, già presente nelle primissime pagine di *Understanding media*, citata come visto anche da Debray: "il 'contenuto' di un *medium* è sempre un altro *medium*" (McLuhan 1964 [2002], p. 16). Questo perché i "*media* arrivano a coppie, nelle quali l'uno funge da 'contenuto' dell'altro, confondendo l'operare di

entrambi” (ivi, p. 62). McLuhan evidenzia più volte il “grande ritardo culturale nel quale la gente si sente portata a guardare alle situazioni nuove come se fossero ancora quelle vecchie” (p. 33). Qualche anno dopo, nella famosa intervista su *Playboy* (1969), parlerà di *rear-view mirror*, riferendosi a quella sorta di sindrome percettiva e culturale tale per cui “si tende, cercando di orientarsi nel caos del cambiamento, a guardare nel passato immediato e rassicurante dello specchietto retrovisore” (Ragone 2023).

L’altro esempio di consonanza riguarda una loro postura critica di fondo, venata a tratti da inquietudini apocalittiche. Nello studioso francese, la cosa è piuttosto eloquente: “sarebbe una follia abbandonare la propria memoria e la propria creatività (essendo l’una una funzione dell’altra) al mercato e alle macchine, sacrificando così il lungo termine per il breve termine” (Debray 2000, p. 214). Ma altrettanto esplicite sono alcune affermazioni McLuhan: “Una volta che abbiamo consegnato i nostri sensi e i nostri sistemi nervosi alle manipolazioni di coloro che cercano di trarre profitti prendendo in affitto i nostri occhi, le orecchie e i nervi, in realtà non abbiamo più diritti” (McLuhan 1964 [2002], p. 79). Considerazioni diverse, accomunate da timori simili nei confronti di un sistema capitalista liberista (e oggi neoliberista).

Dalle loro parole, emerge la richiesta di una più o meno implicita *media education* (oggi la chiameremmo così), che renda meno opachi gli effetti dei media sul soggetto, individuale e collettivo, e che ne aumenti la consapevolezza rispetto al mondo in cui vive.

Riferimenti bibliografici

- Cesareo, G., 1986, *Rileggere McLuhan: accettare o guidare il cambiamento?*, Introduzione a M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, Garzanti, Milano.
- Debray, R., 1991, *Cours de médiologie générale*, Bibliothèque des Idées, Paris.
- Debray, R., 1994, *Manifestes médiologiques*, Gallimard, Paris.
- Debray, R., 2000, *Introduction à la médiologie*, PUF, Paris.

- Debray, R. 2019, “Pourquoi l’Europe ne fait-elle pas rêver?”, in «Livres & Vous», <https://www.youtube.com/watch?v=xEOLYOQ7sIA>, trasmissione televisiva del 2 maggio 2019, consultata il 10 aprile 2024.
- Eco, U., 1967, “Il cogito interruptus”, in «Quindici», n. 5, ottobre-novembre 1967, ora in U. Eco, *Sulla televisione. Scritti 1956-2015*, a cura di Gianfranco Marrone, La nave di Teseo, Milano, 2018, pp. 133-151.
- Grassi, V., 2006, *Introduzione alla sociologia dell’immaginario. Per una comprensione della vita quotidiana*, Guerini e Associati, Milano.
- Grusin, R., 2015, “Radical mediation”, in «Critical Inquiry», vol. 42, n.1, pp. 124-148, ora in R. Grusin, *Radical mediation. Cinema, estetica e tecnologie digitali*, Pellegrino, Cosenza, 2017.
- Grusin, R., 2016, *Appunti per un’ecologia della mediazione*, in R. Grusin, *Radical mediation. Cinema, estetica e tecnologie digitali*, Pellegrino, Cosenza, 2017.
- Marzo, P. L.; Mori, L. (a cura di), 2019, *Le vie sociali dell’immaginario. Per una sociologia del profondo*, Mimesis, Milano.
- McLuhan, M., 1964, *Understanding Media: the Extensions of Man*, Macmillan, New York, tr. it. *Gli strumenti del comunicare*, il Saggiatore, Milano, 2002.
- McLuhan, M.; Fiore, Q., 1967, *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*, Penguin Books, London.
- McLuhan, M., 1969, “The Playboy Interview: Marshall McLuhan”, in «Playboy Magazine», March 1969, tr. it. *Intervista a Playboy. Un dialogo diretto con il gran sacerdote della cultura pop e il metafisico dei media*, FrancoAngeli, Milano, 2013.
- McLuhan, M.; McLuhan, E., 1988, *Laws of Media. The New Science*, University of Toronto Press, Toronto, tr. it. *La legge dei media*, Edizioni Lavoro, Roma, 1994.
- Ong, W. J., 1982, *Orality and Literacy. The Technologizing of the Word*, Methuen & co., London, tr. it. *Le tecnologie della parola*, Il Mulino, Bologna, 1986.
- Perriault, J., 2000, “Effet diligence, effet serendip et autres défis pour les sciences de l’information”, in *Colloque international. Les pratiques collectives distribuées sur Internet*, CNRS, ENST, UIUC, UCSD, Paris, 19-20 septembre 2000.
- Ragone, G., 2023, *Serialità e media. Tracce per una teoria*, in G. Ragone, F. Tarzia (a cura di), *Storia e teoria della serialità. Vol. I - Dal canto omerico al cinema degli anni Trenta*, Meltemi, Milano.

