I vecchi e i giovani : strategie di mimesi tra old e new media

Autor(en): **Balbi, Gabriele**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Studies in Communication Sciences : journal of the Swiss Association of Communication and Media Research**

Band (Jahr): **5 (2005)**

Heft 1

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-790920

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Studies in Communication Sciences 5/1 (2005) 183-204

GENERAL SECTION

FULL PAPER

GABRIELE BALBI

I VECCHI E I GIOVANI. STRATEGIE DI MIMESI TRA *OLD* E *NEW* MEDIA

The article explores the relationship between *Old* and *New* media in technological advancement. *Old* Media influence the upcoming ones, which are predestined to take their place by and in the social imagination, and symmetrically *New* media impose a different type of interpretation. In the first section of the article, we consider three case studies: the relationship between manuscripts and printed books, the linking of gas to electric light in Italy, and, finally, the complex relationship between Italian radio and TV. Basing our analysis on these and other examples, in the second section we try to highlight the mimesis consequence in the study of technology. Due to *Old* media's social and economic influence, *New* media emulate and adopt some of their features. However, in order to compete and survive, *Old* technology begins to mirror the *New* one, modernising and adapting its functions. At the end of the article, we acknowledge and examine the importance of an historical approach in media studies.

Keywords: printed books and manuscripts, gas and electric light, radio and TV, imitation, media adoption.

* University of Lugano, gabriele.balbi@lu.unisi.ch

È curioso come le cose nuove siano le più vecchie. Ho letto in un libro, - riprese Tim, - che i selvaggi solevano issare i loro malati sulle cime dei monti perché là vi erano meno microbi. Noi li innalziamo per un certo tempo nell'aria sterilizzata. L'idea è la stessa.

Rudyard J. Kipling, *Con il postale della notte*

Adesso, di segni miei nello spazio non ce n'era neanche uno. Potevo mettermi a tracciarne un altro, ma ormai sapevo che i segni servono anche a giudicare chi li traccia, e che in un anno galattico i gusti e le idee hanno tempo di cambiare, e il modo di considerare quelli di prima dipende da quel che viene dopo, [...].

Italo Calvino, *Le Cosmicomiche*

Introduzione

Il seguente articolo si propone di analizzare le dinamiche e gli influssi reciproci tra mezzi di comunicazione "contigui", percepiti cioè dai vari gruppi sociali pertinenti[1] come antagonisti e cronologicamente successivi (l'uno naturale evoluzione dell'altro). Tale tema risulta centrale per comprendere come una *nuova* tecnologia possa entrare a far parte del sistema dei media ad essa contemporaneo, modificando e rivoluzionando le consuetudini acquisite dalla *vecchia* e, viceversa, come quest'ultima, che pare destinata ad essere sostituita, riesca invece a protrarre la propria influenza, prima come esempio da seguire e standard per il mezzo neonato, poi ricavandosi uno spazio, una nicchia di sopravvivenza. Nella prima parte del lavoro, prenderemo in considerazione alcuni casi che sembrano poter suffragare la nostra ipotesi, mentre nella seconda, con un approccio sostanzialmente induttivo, tenteremo di formalizzare alcuni paradigmi utili allo studio dei rapporti tra *vecchi* e *nuovi* media.

1. Se tre indizi fanno una prova

In questo capitolo presentiamo tre casi esemplificativi della mimesi tra *vecchio* e *nuovo*: essi sono tratti dalla storia delle comunicazioni e cronologicamente distanti e disgiunti tra loro. Innanzitutto, abbiamo considerato il passaggio dai manoscritti ai primi libri stampati, tra la seconda metà del XV secolo ed i primi decenni del XVI; il secondo esempio è quello della lotta tra illuminazione a gas ed elettrica in Italia tra Otto e Novecento; l'ultimo caso, invece, si snoda nella seconda metà del 1900 e

[1] Facciamo nostra la concettualizzazione di "gruppo sociale pertinente" di Bjiker (1995: 25).

prende in esame le influenze reciproche tra il *vecchio* mezzo radiofonico ed il *nuovo* apparato televisivo, sempre in Italia.

1.1. La penna e la pressa

Nella seconda metà del Quattrocento, venne ideata e si affermò una delle più importanti tecniche di tutta la storia della comunicazione: la stampa. Le rivoluzioni sociali, psicologiche, religiose, storiche indotte dal torchio di Gutenberg sono state prese in esame da diversi autori[2]; qui vogliamo mettere in luce la reciproca influenza tra libro scritto e libro stampato.

In un primo momento, la stampa venne percepita dai gruppi sociali pertinenti il manoscritto come una tecnica inferiore e "diversa". L'arte e l'esperienza secolare degli amanuensi e degli incisori non poteva essere confrontata con la volgare pressa tipografica, come ha chiaramente sostenuto Vespasiano da Bisticci (1859: 99), uno dei maggiori produttori e venditori di manoscritti nel Quattrocento. Egli ricorda come nella libreria del Duca D'Urbino, lodato sia per le imprese militari sia per la bibliofilia, "[...] i libri tutti sono belli in superlativo grado, tutti iscritti a penna, e non v'è ignuno a stampa, che se ne sarebbe vergognato; [...]".

Gli stessi tipografi dei primi libri stampati, i cosiddetti incunaboli, elessero il manoscritto a modello grafico, economico e concettuale, tanto che "[...] in ogni fase della storia della stampa primitiva dietro e accanto al libro impresso era presente il manoscritto: non solo (e neppure sempre!) come fonte del testo, ma soprattutto come modello esteriore [...]" (Petrucci 1969: 303). Effettivamente i primi incunaboli erano graficamente vicini ai libri scritti a mano: Lodovica Braida (2000: 41) ricorda, ad esempio, la medesima disposizione generale, tanto che similmente ai manoscritti, "anche i libri usciti dalla tipografia non avevano un frontespizio che contenesse il titolo dell'opera, il nome dell'autore, il luogo e la data di edizione". Ancora da un punto di vista estetico, una delle maggiori continuità è rappresentata dai caratteri tipografici utilizzati: "[...] non a caso per i primi tipografi così come per i lettori, la bellezza dei caratteri tipografici risiedeva in primo luogo nella leggibilità, nel fatto che sembrassero 'scritti con la penna' [...]" (Ivi: 44). La *nuova* tecnica della stampa imitò dal manoscritto anche le abbreviazioni, la scrittura fitta, un certo disordine nella paginazione (tipica dei codici, ma evidentemente in contrasto con la pulizia, la precisione e la disposizione uniforme della pressa tipografica).

[2] Per citare alcuni testi, cfr. McLuhan (1962; 1964), Ong (1967; 1982); Eisenstein (1983).

Nel complesso e multiforme rapporto tra manoscritto e stampa, non ci furono solo forme di mera imitazione ma, a conferma dell'iniziale "subalternità" della seconda alla prima, la stampa si servì di alcune professionalità dell'universo amanuense. Ad esempio, almeno fino all'utilizzo generalizzato dell'incisione silografica, gli editori "specializzati in libri di lusso [...] facevano illustrare il testo a stampa dagli stessi pittori che miniavano i manoscritti" (Febvre & Martin 1958: 101) e, addirittura, alcuni stampatori consegnavano ai miniatori i libri appena usciti dai torchi, in modo che questi ultimi li decorassero e li rendessero così il più possibile simili ai testi scritti a mano. Un secondo aspetto che riesce a testimoniare una "convivenza" tra le due tecniche, e che conferma il subordine della stampa agli automatismi economici del libro scritto, è relativo al sistema di distribuzione dei primi incunaboli: ancora seguendo una logica di imitazione, gli stampatori si affidarono alla "[...] struttura già esistente del commercio del libro manoscritto, garantito dalle botteghe dei librai-cartolai" (Braida 2000: 37).

Ragioni di natura eminentemente economica sottostanno anche ad un altro meccanismo di imitazione attuato dagli stampatori: animati fin dall'inizio dall'ovvio desiderio di guadagno, essi puntarono sul "già letto", sulle opere che erano circolate e conosciute già nell'epoca del manoscritto. Questo fenomeno di continuità di letture tra libri scritti e stampati assunse proporzioni notevoli se, come hanno notato ancora Febvre e Martin (1958: 322), "[...] il compito fondamentale della stampa, fino agli ultimi anni del Quattrocento, non fu tanto di diffondere testi recentemente scoperti o corretti dagli umanisti, quanto di far conoscere, aumentandone il numero, gli scritti tramite i quali gli uomini del Medioevo entravano tradizionalmente in contatto con le lettere classiche".

Tali e tanti furono i tentativi di imitazione da parte degli "stampatori", che i prototipografi non riuscirono ad identificare da subito un pubblico definito per il libro a stampa, ma si limitarono "[...] a riprodurre meccanicamente ora questo, ora quello dei possibili modelli manoscritti in ogni sua parte, dai caratteri all'impaginazione, dal formato alla presentazione del testo: ma rivelarono la loro imperizia nello scegliere, a volte, modelli non adatti al tipo di testo che avevano intenzione di imprimere; [...]" (Petrucci 1977: XXI). Anche a causa di questa incapacità, cui va sommato il carattere intrinsecamente rischioso di un'attività come quella editoriale, spesso gli stazionari non furono in grado di vendere tutte le copie a loro disposizione e, in alcuni casi, andarono incontro al fallimento. Occorre allora tenere sempre presente che i meccanismi di imitazione

messi in campo dal *nuovo* per sconfiggere e superare il *vecchio* possono essere controproducenti, se portati all'estremo; un mezzo di comunicazione che pretende di crearsi uno spazio nel sistema, infatti, deve rendere manifesto quello che Roger Fidler (1997) chiama il *vantaggio relativo*, cioè il suo valore aggiunto rispetto alla tecnica che pretende di sostituire. Se i mezzi "contigui" vengono percepiti come troppo simili, c'è il rischio che il più giovane non riesca a penetrare nel sistema economico e sociale, essendo valutato una mera copia del precedente.

Come sappiamo la stampa riuscì ad imporsi sul manoscritto e, a poco più di cento anni dalla sua nascita, vinse la sfida con la tecnica *vecchia*. Il medium manoscritto però non subì una morte repentina e definitiva: anche se dalla fine del Cinquecento i codici vennero consultati eminentemente da eruditi e studiosi, "in Italia, ma così anche in Francia, in Germania, in Spagna, in Inghilterra, la produzione e la circolazione del libro manoscritto è continuata sino a tutto il Settecento, e a volte anche oltre, [...]" (Petrucci 1977: XXXVII). Il manoscritto sopravvisse in primo luogo con una funzione di dedica e omaggio, di celebrazione e festeggiamento. Secondariamente, venne utilizzato per copiare opere la cui diffusione a stampa era vietata o che potevano essere soggette al controllo della censura: è questa ragione strategico-politica che fece propendere per l'uso di testi manoscritti ancora in epoche vicine alla nostra. Ad esempio, Diderot preferì lasciare alcune copie di sue opere in forma manoscritta (cfr. il caso di *Neveau de Rameau*) e, ancora nei regimi totalitari novecenteschi, si assistette alla ricomparsa dei testi scritti a mano, che potevano sottrarsi al rigido controllo dei censori circolando in forma clandestina.[3] In terzo luogo, il libro scritto a mano assunse una specifica autonomia negli ambienti "relegati ai margini della cultura scritta ufficiale, [...] manoscritti, cioè, contenenti canovacci della commedia dell'arte, sillogi di preghiere e di testi magici, ricettari, testi poetici o drammatici popolari, come laudi, cantari, 'maggi' e così via" (Ivi: XXXVIII). Infine, con un processo opposto ma complementare alla standardizzazione linguistica imposta dalla stampa, il manoscritto si erse a difensore della lingua e della cultura popolare.

Ben presto l'atteggiamento di superiorità del mondo amanuense, evidenziato nel passo di Vespasiano da Bisticci citato poco sopra, lasciò spazio ad un sentimento di pericolo imminente, tanto che "Scribi, miniaturisti, cartolai, videro nel nuovo modo di produzione del libro una minac-

[3] Cfr. in particolare l'esperienza della samizdat nel mondo comunista.

cia per il loro futuro" (Braida 2000: 20) . Una tecnica di difesa fu appunto la mimesi. Se infatti nei primi momenti gli stampatori copiarono ed imitarono i codici, quando la stampa si impose all'uso generalizzato, furono gli stessi manoscritti ad essere composti seguendo le regole imposte dal libro stampato ed a prenderle a tal punto a modello che, come racconta Curt Ferdinand Buhler (1960: 16) "*[...] every manuscript ascribed to the second half of the fifteenth century is potentially (and often without question) a copy of some incunables*". Il libro manoscritto prese ad imitare quello a stampa anche dal punto di vista grafico-redazionale[4], con una logica esattamente opposta a quella illustrata precedentemente: ad esempio, l'usanza di firmare e datare i libri, introdotta con la stampa, venne adottata anche dai copisti[5] o ancora alcune professioni legate all'universo del manoscritto passarono a quello produttivo e distributivo della stampa.

I gruppi sociali pertinenti il libro scritto fecero proprie tutte queste tecniche difensive per rispondere all'avvento della stampa: come spesso avviene al passaggio tra due tecniche di comunicazione "contigue", infatti, il medium *vecchio* tenta di trovare spazi nuovi ed inediti di applicazione e, nella speranza di garantirsi la sopravvivenza, prende ad imitare la tecnica *nuova*. Da un lato, il manoscritto cercò di diversificarsi dal libro stampato: assunse un carattere elitario (da riservare per le occasioni speciali) e, allo stesso tempo, venne utilizzato per salvaguardare un sapere "basso" e locale, in pericolo di estinzione perchè investito dalla standardizzazione culturale imposta dalla pressa tipografica. Dall'altro lato, amanuensi e stazionari imitarono la tecnica della stampa da un punto di vista grafico e produttivo, quando questa si impose come "standard".

Il passaggio da libro copiato a libro stampato ha stimolato le riflessioni di molti studiosi, i quali si sono sostanzialmente schierati in due paradigmi contrapposti: alcuni ricercatori hanno sottolineato la discontinuità tra le due tecniche e altri all'opposto il passaggio graduale tra libro scritto e stampato. Noi abbiamo cercato, in accordo con Elisabeth Eisenstein (1983), di mettere in luce alcuni aspetti di entrambe le posizioni, riscontrando in particolare le reciproche e biunivoche influenze tra i due mezzi di comunicazione.

[4] Cfr. Braida (2000: 10): "[...] nella produzione libraria manoscritta la diffusione della stampa sembra aver operato un restringimento dei modelli grafici".
[5] Cfr. Buhler (1960: 40) e Petrucci (1977: XXXIX).

1.2. Gas and electric lights

Nell'ultimo ventennio dell'Ottocento in Italia, si scontrarono due media di comunicazione[6] perlopiù trascurati dagli storici, ma che ricoprirono un ruolo decisivo nel formare gli assetti economici, sociali e storici del paese: l'illuminazione a gas e quella elettrica. La prima venne introdotta nel 1837 a Torino, a seguito delle invenzioni e migliorie francesi e inglesi, e poi estesa alle maggiori città italiane nel corso del secolo. L'illuminazione elettrica, invece, venne sperimentata ed utilizzata a scopi celebrativi dai primi anni Ottanta, per poi diffondersi rapidamente nel primo ventennio del Novecento in gran parte del paese.

La nascita e la diffusione della "fata elettricità" non fu così semplice e lineare ma, probabilmente, senza l'esempio del gas per far luce, l'illuminazione elettrica non avrebbe assunto quella struttura caratteristica che ne sancì il successo. Lo stesso Edison, inventore della lampadina e soprattutto del sistema di produzione e distribuzione, non avrebbe potuto concepire la propria invenzione senza ispirarsi alla rete del gas, come hanno ricordato Hughes (1983) e Schivelbusch (1983), due dei massimi studiosi dell'illuminazione artificiale. Per Edison i metodi di gestione e distribuzione del gas illuminante rappresentavano un esempio, uno standard da seguire e la sua grande intuizione fu proprio quella di perfezionare alcune invenzioni "elettriche" e coniugarle con un quadro di riferimento preesistente, strutturato appunto sulla rete del gas.

Uno dei paradigmi fondamentali del gas, ripresi dall'industria elettrica, fu quello dell'officina centralizzata: la complessità tecnologica delle centrali era di gran lunga superiore a quella delle polverose officine per la

[6] L'esempio della luce elettrica è citato da McLuhan (1964: 3), al fine di introdurre uno dei capisaldi delle sue teorizzazioni: la distinzione tra medium e messaggio. Ogni mezzo di comunicazione può essere considerato da un duplice punto di vista: quello del medium, cioè delle caratteristiche intrinseche e anche meccaniche del mezzo stesso, e quello del messaggio, cioè del linguaggio e dei "programmi" (si pensi al caso della radio e della televisione) ospitati nel medium. La luce elettrica, secondo tale ottica di ragionamento, è un medium senza messaggio, non possiede cioè un contenuto informativo, perché è essa stessa informazione allo stato puro. Anche la studiosa americana Marvin (1988: 175) ha ricordato come, negli ultimi anni del secolo XIX, l'idea di luce elettrica come medium di comunicazione "sarebbe parsa assolutamente logica", dato che l'illuminazione veniva usata per trasmettere "messaggi celesti" e per intrattenere le masse. In questa trattazione prenderemo in esame le tecnologie d'illuminazione essenzialmente nella loro funzione primigenia di mezzi dell'entertainment, del "broadcasting celeste", così come ricorda Ortoleva (2004) in un suo scritto recentemente ripubblicato.

distillazione del carbone, ma il prototipo di un centro di produzione unitario venne conservato al passaggio tra le due tecnologie[7].

Il gas costituì un esempio per l'elettricità anche nel campo della trasmissione: l'industria dell'illuminazione elettrica non copiò solo il modello delle condutture, ma spesso utilizzò le medesime tubazioni del gas per collocarvi i cavi, come sostiene Renato Giannetti (1992: 379): "La migliore soluzione di questo problema[8] fu l'uso di gallerie sotto le strade. Tali strade sotterranee, erano abbastanza diffuse nelle città europee perché già utilizzate dal gas, e resero possibile collocare in modo conveniente le condotte di corrente elettrica senza che fosse necessario disfare il lastricato delle strade, [...]."

La *nuova* tecnologia d'illuminazione non si limitò ad imitare sistema produttivo e distributivo del *vecchio* gas, ma ricalcò anche diversi dispositivi adottati precedentemente dai "gasisti", alcuni senza un'apparente ragione pratica.

Si pensi, in primo luogo, al caso dell'interruttore, considerato da Schivelbusch (1983: 78): "[...] *l'interruttore rotante*, non fu nient'altro che un'imitazione del rubinetto del gas: il contatto veniva azionato attraverso una rotazione *progressiva*, come se non si trattasse di chiudere un circuito elettrico, ma di regolare un flusso di gas". I primi interruttori elettrici vennero costruiti sull'esempio dei rubinetti a gas, nonostante la sostanziale differenza di "accensione" tra i due media: l'interruttore rotante non era certamente adatto ad una tecnologia digitale, non analogica, come quella elettrica.

Un secondo caso di mutua imitazione fu quello del filamento incandescente della lampadina elettrica che, essendo fatto in carbonio "[...] rappresentò un elemento di continuità tra la luce elettrica e le tecniche di illuminazione più vecchie, che si reggevano tutte sulla combustione del carbone" (Ivi 1983: 69). Come sottolinea ancora lo stesso autore tedesco, "Per la psicologia della luce ottocentesca non fu privo di importanza stabilire questa continuità, dal momento che grazie ad essa era possibile vedere il vecchio nel nuovo e, in virtù di ciò, accettarlo come qualcosa di familiare" (Ibidem).

[7] Seguendo una logica di mimesi tipica della storia dei media, occorre altresì ricordare che lo stabilimento centralizzato non fu un paradigma proprio del gas: esattamente come fece Edison anni dopo, Frierich Albert Winsor, uno dei padri dell'illuminazione a gas, applicò il modello della distribuzione idraulica alla nascente industria del gas.

[8] Il "problema" cui si fa riferimento è quello delle folgorazioni, dato che i cavi di trasporto dell'elettricità, in un primo momento, non vennero interrati. Il ruolo delle folgorazioni nell'immaginario sociale fu importantissimo e decisivo nella battaglia tecnologica tra corrente continua ed alternata.

Un ultimo esempio è costituito dal contatore amperometrico, brevettato da Edison e presentato già all'Esposizione di Parigi nel 1881, che era dotato di una caratteristica fondamentale: la sua lettura "veniva fatta in base alla variazione di peso degli elettrodi: ora era tarato in lampade ma, per essere più familiare agli utenti, aveva addirittura una scala che ne rappresentava l'equivalente consumo in metri cubi di gas" (Giannetti 1998: 75).

Quando (già intorno alla fine del XIX secolo) la luce elettrica conquistò il primato dell'illuminazione e venne percepita come la naturale tecnologia per far luce, i "gasisti" dovettero attuare tutta una serie di tecniche difensive atte a garantire la sopravvivenza della propria industria.

In un primo tempo, i gruppi pertinenti il gas palesarono una generale tranquillità, nella speranza che il nuovo medium elettrico dovesse essere ancora sviluppato e migliorato, prima di poter fornire un servizio efficiente ai consumatori[9]. Questa serenità ben presto lasciò il campo ad una serie di mosse strategiche, attuate per rendere più difficoltoso l'ingresso sul mercato della concorrente: in primo luogo, l'industria del gas procedette ad una generale razionalizzazione delle proprie strutture, secondariamente diminuì i prezzi di vendita al consumatore. I due aspetti più interessanti per il nostro lavoro, però, furono le invenzioni tecnologiche che riuscirono a migliorare sensibilmente i prodotti e la diversificazione del quadro d'uso decisa dai gruppi dirigenziali.

Sul versante delle innovazioni, il chimico ed ingegnere austriaco Auer von Welsbach, nel 1886, rivoluzionò i media d'illuminazione. Egli, avvalendosi del potere calorifero e non di quello illuminante della fiamma, portò ad incandescenza una reticella (detta appunto reticella di Auer), grazie ad una fiamma di Bunsen. La luce incandescente a gas segnò la fine di quella a fiamma libera e fu un serio contendente per la neonata elettricità. L'invenzione venne considerata come una sorta di "luce elettrica senza elettricità" e cercò di ostacolare la rapida diffusione proprio del sistema di Edison, ma si scontrò con la diffidenza delle stesse compagnie del gas: per rendere incandescente la reticella, infatti, era necessario un quantitativo di gas di gran lunga inferiore rispetto a quello per l'illuminazione tradizionale e ciò spaventò le società, che temevano di veder ridurre i propri introiti.

Un altro dispositivo ideato per imitare i comfort dell'illuminazione elettrica fu il gas aerogeno, che mirava a rispondere ai due maggiori *reverse*

[9] Anche nel caso del gas si ripeterono gli atteggiamenti di "superiorità" già evidenziati nel passaggio dal manoscritto al libro stampato: come spesso capita nella storia della comunicazione, infatti, il mezzo vecchio viene percepito come portatore di valori positivi e di un'antica nobiltà (cfr. il paragrafo successivo per approfondimenti).

salient della luce a gas: il calore e l'odore. Il brevetto aerogeno andava inoltre a costituire un vero e proprio sistema integrato per la casa: grazie ad una sola tecnologia, infatti, si riforniva l'abitazione di luce, forza e calore, con un modello molto simile a quello del "sistema elettrico universale".

Il brevetto ad incandescenza Auer – ma anche quello del gas aerogeno – non poteva essere concepito senza lo stimolo dato dall'avvento dell'illuminazione elettrica; come sottolinea ancora Schivelbusch (1983: 57), "Soltanto dopo che la luce ad arco e la lampadina elettrica a incandescenza ebbero dimostrato che grazie al surriscaldamento di corpi fissi si poteva ottenere una luce più omogenea e più a buon mercato di quella prodotta da una fiamma che brucia aria, nacque l'idea di riprodurre con il gas ciò che era stato creato e presentato in pubblico con l'elettricità".

Come abbiamo ricordato, il gas costituì un modello di riferimento per l'illuminazione elettrica, tanto che lo stesso Edison ne imitò lo schema di distribuzione. Tra i tanti esempi possibili, si era considerato quello dell'interruttore: i primi elettrici si rifacevano ai rubinetti del gas, con un'accensione "analogica", invece di quella "digitale", che sarebbe stata più affine al medium. Una volta imposto il paradigma dell'illuminazione elettrica però, la situazione si ribaltò simmetricamente e, intorno ai primi anni del Novecento, gli interruttori del gas presero ad imitare quelli elettrici: le reticelle di Auer, ad esempio, potevano essere accese e spente come le lampadine elettriche, cioè con un interruttore "digitale".

Tutte queste migliorie tecniche non salvarono l'industria del gas illuminante che, specie a seguito della scarsità di carbone dovuta all'entrata in guerra della Gran Bretagna, lasciò il monopolio dell'illuminazione all'elettricità. La rete del gas però, come spesso capita nella storia dei media, non venne smantellata, ma i "gasisti" ebbero la forza e l'astuzia di riciclarsi e di modificare il *quadro d'uso,* per usare una terminologia cara a Patrice Flichy (1995). Già dagli anni Sessanta dell'Ottocento, i quadri dirigenziali diversificarono l'offerta e fornirono gas per scopi culinari e di riscaldamento, anche se la spinta decisiva verso tale settore d'impiego venne intorno agli anni Novanta, quando la tecnologia elettrica si stava affermando: in questo periodo il consigliere Prat decise di fornire gratuitamente le cucine, le stufe, gli scaldabagno e tutta una serie di gas-domestici, al solo fine di stimolare la domanda di combustibile. La diversificazione e lo "spostamento di senso" all'avvento di una nuova tecnologia nel sistema dei media sono fenomeni tipici della storia della comunicazione e saranno oggetto anche del prossimo paragrafo, dedicato al multiforme rapporto tra radio e televisione.

1.3. Radio per immagini e televisione senza schermo

Il rapporto tra radio e televisione in Italia non può essere considerato un vero e proprio "passaggio" tecnologico, una "contiguità" *tout court*; infatti, come sostiene Ortoleva (1995: 94), sia nei regimi privatistici sia in quelli monopolistici, le "stesse strutture organizzative" della radio "hanno gestito l'introduzione e lo sviluppo della TV". L'avvento della televisione, insomma, non comportò alcun sconvolgimento di natura economica, anzi spesso si attuarono forme di sinergia e collaborazione tra i due media.

D'altro canto, occorre altresì ricordare che la televisione copiò e, in larga parte, soppiantò il medium radiofonico in molte delle sue funzioni: ne occupò lo spazio nel salotto di casa, ne imitò le forme di ascolto collettivo, di approvvigionamento (abbonamento), la struttura di diffusione e ricezione (*broadcasting*) e, infine, le finalità educative ed informative.

Le trasmissioni televisive regolari presero avvio in Italia il 3 gennaio 1954, anche se durante il ventennio Fascista si susseguirono le sperimentazioni: mentre nel periodo pre-bellico la televisione era in "forte soggezione" (Doglio & Richeri 1980: 114) nei confronti della radio, la rinascita televisiva dei primi anni Cinquanta prese avvio proprio grazie alle strutture, ai generi, addirittura ai volti radiofonici. Tanto pregnante fu tale eredità che la televisione, nei primi anni dal suo avvento, veniva considerata e percepita dai fruitori come una sorta di "radio con le immagini", anzi, almeno inizialmente, "[...] i programmi televisivi non erano altro che normali programmi radiofonici cui si aggiungeva l'immagine degli artisti di fronte al microfono" (Ivi: 113).

La televisione mutuò gran parte delle strutture appartenenti alla radio e, prima di tutto, il meccanismo di trasmissione e ricezione: il cosiddetto *broadcasting*. Forma di circolazione dell'informazione ideata negli Stati Uniti per la radio[10], il *broadcasting* venne immediatamente adottato anche dalla tv, in ragione della sua semplicità di applicazione: un unico centro emittente che lancia un segnale ad una serie di apparecchi riceventi, collocati nelle case, nei bar, nei luoghi di ritrovo. Possiamo considerare come un'eredità intercorsa tra i due media anche la divisione in tre reti (cfr. Monteleone 1992: 249) che, introdotta dall'Eiar con la riforma del 30 dicembre 1951, venne adottata anche dalla televisione, pur con significative differenziazioni e solo a partire dal 1979.

[10] Per una breve storia del broadcasting, cfr. Flichy (1991), in particolare cap. VI.

Una simile continuità tra i due mezzi è riscontrabile anche nei generi: come ricorda Enrico Menduni (1994: 31), "La tv aveva espropriato d'autorità i principali generi dell'intrattenimento radiofonico, trasferiti armi e bagagli insieme ai loro conduttori, [...].". Si pensi solo ai radiodrammi ed ai giochi a quiz, due tipologie di spettacoli radiofonici che transitarono direttamente sullo schermo televisivo. In quest'ottica, la tv adottò dalla radio due forme di organizzazione ancor più pregnanti: dapprima il palinsesto (cfr. Caprettini 1996: 56), quindi – con quella che Umberto Eco (1983) ha definito "neotelevisione" – il flusso (cfr. Williams 1974).

L'eredità radiofonica che viene più ricordata dal pubblico è senza dubbio quella dei personaggi e delle voci che si trasformarono in volti al passaggio tra i due media: i casi italiani più noti furono quelli di Mike Bongiorno, Alberto Sordi, Enzo Tortora, Mario Riva, Corrado Mantoni, Alighiero Noschese, Gino Bramieri, Maurizio Costanzo, Pippo Baudo, Gianni Boncompagni e Renzo Arbore.

La radio anticipò il medium televisivo anche nel desiderio di sondare e segmentare il proprio pubblico: come ricordano Peppino Ortoleva (1984) e Franco Monteleone (1992), alla fine del 1939 l'EIAR lanciò un referendum sui gusti dell'audience, che può essere considerato il primo segnale di un certo interesse della radiofonia per i propri ascoltatori e, al contempo, la presa di coscienza che l'audience stava subendo una metamorfosi sotto un profilo economico, sociale e culturale.

Resta infine da ricordare, con Michela Nacci (1998), che gran parte delle riserve, delle perplessità, dei veri e propri timori suscitati dalla radio negli anni '30 e '40[11] passarono, quasi senza subire alcuna rivisitazione, alla televisione e sono ancora oggi argomento di *pamphlet* neo apocalittici sul piccolo schermo[12]. È questa una forma di mimesi che si ripresenta spesso al passaggio tra media *nuovi* e *vecchi*, rischiando di compromettere la nascita e lo sviluppo della tecnologia entrante e che, contemporaneamente, riconosce un valore inedito al mezzo a rischio di estinzione. Tanto è vero che, accanto alla denigrazione ciclica e ripetitiva del *nuovo* medium, si assiste ad una "glorificazione" del *vecchio*, come sostiene ancora Nacci (2000: 68): "Sempre, un nuovo mezzo di comunicazione è parso pericoloso per quelli precedenti, visti all'improvviso, da quel momento in poi, come riflessivi e mediati. Le nuove tecnologie sembrano avere come effet-

[11] Alcuni intellettuali (cfr. Horkheimer & Adorno 1947) arrivarono ad un vero e proprio rifiuto della radio, vista come segno di una civiltà meccanica degenerata e totalitaria.

[12] A titolo di esempio, cfr. Popper (1994) e Sartori (1997). Il passaggio di identici timori e speranze tra due media "contigui" è un fenomeno tipico della storia della comunicazione (per un esempio, cfr. la nota successiva).

to inevitabile quello di far valutare in modo positivo le vecchie tecnologie che fino a quel momento erano criticate a loro volta"[13].

Per tornare al rapporto tra radio e televisione, sembra che il mezzo radiofonico abbia svolto sempre più nel corso degli anni una funzione di "palestra" di generi, personaggi e novità, che poi, una volta testati, riescono a trovare spazio anche in tv. Con ciò, non bisogna ritenere che la radio fosse (e sia) asservita alle logiche della televisione: tutti i meccanismi di mimesi che il medium televisivo ha attuato dimostrano semmai il contrario e fondano parte di quel legame fortissimo tra i due mezzi, quella "derivazione diretta" sottolineata anche da Monteleone (1992: 270).

Quando la televisione, già a partire dai primi anni Sessanta, divenne chiaramente il medium più seguito dell'intero sistema italiano, la radiofonia reagì al suo avvento: inizialmente, a seguito della stupefacente penetrazione del piccolo schermo, la radio tentò di diversificare la propria offerta, distinguendola nettamente da quella televisiva; in un secondo tempo, fu invece costretta ad omologarsi all'organizzazione giuridico-istituzionale della tv, essendone entrata definitivamente nell'orbita.

Alcune ristrutturazioni del palinsesto radiofonico possono essere lette proprio come un tentativo di innovare la programmazione, differenziandola da quella televisiva. Si pensi al potenziamento della diretta, nuova forma di trasmissione specifica, e anche all'introduzione nel 1966 delle fasce orarie e della logica del flusso, novità che aprirono ad un ascolto diversificato e più fluido, avvicinando il mezzo ad un pubblico più giovane e maggiormente fidelizzato. Nello stesso tempo, però, come reazione ad una presunta massificazione operata dalla tv, i dirigenti radiofonici cominciarono a dare un'impronta snobistica e culturalmente elevata al proprio mezzo (cosa che contribuì ad allontanarla dai gusti dell'audience più popolare).

Una nuova componente tecnologica brevettata nel 1947, il transistor, venne poi applicata alle radio intorno alla fine degli anni '50 e ne permise la portabilità. Ciò rivoluzionò le modalità d'ascolto del mezzo e ne favorì la fruizione in momenti della giornata "atipici", quali il mattino e il pomeriggio, trasformandolo in quel tipico "rumore di fondo" che ancora oggi accompagna le giornate degli italiani (Wolf 1984). Da un lato, questa innovazione ebbe notevole successo perché veniva incontro ai bisogni sociali di mobilità ed al crescente benessere dell'Italia dell'epoca, dall'altro

[13] Sul tema, cfr. il contributo di Caprettini (2004: 5), il quale ricorda che negli anni '10 i timori associati alla cinematografia passarono, senza grosse rivisitazioni, alla radiofonia e che, allo stesso modo, la rete internet ha suscitato atteggiamenti "apocalittici" mutuati dall'universo televisivo.

svincolava la radio dall'ascolto entro le mura domestiche, lasciando definitivamente alla televisione il ruolo di "nuovo focale domestico".

Con la nascita delle radio libere, poi, i programmi radiofonici mutarono la loro struttura e cominciarono ad essere caratterizzati dai ritmi sincopati, dai testi "meno paludati e inamidati" (Menduni 1994), dal costante dialogo con gli spettatori attraverso il telefono (mezzo che troverà posto anche in tv a partire dagli anni Ottanta), dall'ampio spazio dedicato alle realtà locali e, infine, da una maggiore specializzazione tematica.

La radio, in definitiva, dovette modificare il proprio quadro d'uso all'avvento della tv, similmente a quanto fece la luce a gas all'arrivo di quella elettrica: il medium *vecchio* è spesso costretto a trovare nuovi spazi, nuovi pubblici, nuove e diverse realtà per non rischiare di soccombere al cospetto del più giovane concorrente.

Oltre a questo tentativo di diversificazione, alla radio venne anche imposta l'imitazione del medium *nuovo*. Si pensi solo alla riorganizzazione istituzionale avvenuta a seguito della legge 103 del 14 Aprile 1975, una riforma pensata specificamente per la tv e che coinvolse la radio con risultati non certo positivi. Come ricorda Menduni (1994: 39), infatti, la riorganizzazione ha "[...] condotto in televisione ad una ben maggiore apertura e vivacità dell'offerta editoriale, da tutti riconosciute, mentre in radiofonia ha contribuito a un graduale riassorbimento delle novità del decennio precedente ed a un'offerta assolutamente inadeguata rispetto alle esigenze del pubblico". Questo perchè, in primo luogo, la televisione venne favorita da una classe politica che vedeva nel *nuovo* mezzo inedite e superiori possibilità di raggiungere e farsi conoscere da ampie fasce della popolazione; in secondo luogo la "bardatura burocratica delle reti, costruita a somiglianza del più complesso ciclo produttivo della televisione" (Ibidem) non teneva conto della natura di flusso della programmazione radiofonica e quindi della possibilità di attuare modifiche fino all'ultimo secondo di messa in onda, o addirittura durante lo svolgimento dello stesso programma. Potrebbe nascere qui, sempre per parafrasare Menduni (Ivi: 10), quel "complesso di inferiorità" della radio nei confronti della tv.

La radio – come gran parte degli altri mezzi di comunicazione in Italia – dovette poi sottostare alla capacità del piccolo schermo di farsi "centrifuga del sistema dei media" (Ortoleva 1995: 96), ovvero l'unico mezzo in grado, da un lato, di inglobare tutte le altre forme di comunicazione e dall'altro di imporre il proprio linguaggio e le proprie tematiche[14].

[14] Sulla "teledipendenza" dei media italiani, e della stampa in particolare, cfr. Papuzzi (1993: XXV-XXIX).

Come abbiamo precedentemente ricordato, il desiderio di indagare i gusti del pubblico venne avvertito già nella cosiddetta *golden age* della radio, tanto che il referendum del 1939 può essere considerato un antesignano delle moderne metodologie di rilevazione dell'ascolto. Fu però solo con l'avvento delle reti televisive commerciali nella seconda metà degli anni Settanta, che divenne necessario calcolare in maniera precisa l'audience. Nel 1986 venne così adottato il sistema Auditel e, anche in questo caso, il *vecchio* imitò il *nuovo* e la radio seguì l'ossessione televisiva per la misurazione del pubblico, tanto che, a soli due anni dalla nascita dell'Auditel, nel 1988 prese avvio anche il sistema Audiradio[15].

2. Le ragioni della mimesi

I tre *case studies* considerati non sono i soli in grado di illustrare il duplice movimento che si crea alla comparsa di un nuovo mezzo di comunicazione. Abbiamo tralasciato, per citare ancora tre esempi, i reciproci influssi tra chiatta da canale, battello fluviale ed i modelli del vagone ferroviario americano (cfr. Schivelbusch 1977)[16]; il rapporto biunivoco tra illustrazione e fotografia (cfr. Colombo 1998: 120-122); le similitudini e le discontinuità tra cinema e teatro, due forme di spettacolo che parevano affini, l'uno la continuazione dell'altro (cfr. Munsterberg 1916).
Anzi, sebbene ogni medium entrante provochi rivolgimenti e riassestamenti peculiari all'interno del sistema, è possibile individuare una serie di paradigmi scientifici applicabili *ogni* qual volta si studi il tentativo di penetrazione di un medium *nuovo*, ai danni di uno *vecchio*.

2.1. Imitare per nascere, imitare per non morire

Dai tre casi analizzati, possiamo dedurre che una tecnologia *vecchia* impone ad una *nuova* sia eredità di natura economica sia di genere storico-sociale.

[15] Da un punto di vista metodologico, occorre osservare che la misurazione del pubblico da parte dell'Auditel differisce sensibilmente da quella Audiradio: mentre la prima si avvale di un sistema informatico applicato ai televisori delle famiglie campione (il meter), il sistema Audiradio si basa su una survey telefonica rivolta direttamente agli spettatori (per un approfondimento metodologico sul tema, cfr. S. Scamuzzi, 2003: 127-128).
[16] Occorre altresì ricordare, con Ortoleva (1994: XXVIII), che nell'Ottocento "Trasporto e comunicazione apparivano ai più naturalmente inscindibili, e così sarebbe stato ancora fino alla seconda guerra mondiale." É quindi corretto, specie per il XIX secolo, considerare i mezzi di trasporto parte del sistema dei media.

Anzitutto, il medium *vecchio* fa valere il suo radicamento nel sistema economico vigente: spesso è infatti più redditizio mantenere in vita un mezzo obsoleto e meno funzionale, piuttosto che adottarne uno *nuovo*, con tutte le incognite di funzionamento del caso[17]. L'introduzione di un *nuovo* medium infatti implica sempre uno sforzo oneroso, dalla fase di progettazione a quella di lancio, a quella di sostituzione, come ha ricordato Peppino Ortoleva (1995) analizzando i vantaggi e gli svantaggi della mortalità mediatica. Tra gli aspetti economici che frenano la sostituzione di un medium, ve n'è uno su cui soffermarsi: quando le aziende primeggiano in una guerra commerciale, "avvertono l'esigenza di sfruttare serenamente l'innovazione che hanno così faticosamente e costosamente imposto" (Ivi: 62). Si può qui estendere ai *case studies* considerati uno degli assunti più noti legati al mondo delle telecomunicazioni, secondo cui l'entrata in scena di nuovo soggetto commerciale è ostacolata da due fattori principali: da un lato, dall'ostruzionismo esercitato dal soggetto già presente sul mercato, "monopolista" e intenzionato a difendere la quota conquistata; dall'altro, dalla debolezza del nuovo competitore che, specie in un settore caratterizzato da economie di scala e quindi redditizio solo nel lungo periodo (si pensi all'industria elettrica o a quella televisiva), spesso non possiede le risorse adeguate per attuare una vera guerra commerciale.

C'è poi una seconda ragione per cui il *nuovo* medium trova difficoltà a sostituirsi al *vecchio*: la persistenza, nell'immaginario collettivo, delle motivazioni e dei modi d'uso della tecnologia precedente. I mezzi di comunicazione, infatti, da un lato sono utilizzati da un gruppo di fruitori che promuovono delle variazioni e delle modifiche ai quadri d'uso e, d'altro canto, introducono essi stessi usi, abitudini e piccoli gesti quotidiani[18] che possono condizionare pesantemente la disponibilità dell'utente al ri-adattamento futuro tanto che, come sostiene Michela Nacci (2000: 68), gli aspetti di "nostalgia" e di "pigrizia e di economia delle energie" sovente guidano le motivazioni e le scelte nelle adozioni tecnologiche[19].

[17] Questo assunto è ancor più fondante se si considerano i Macro Sistemi Tecnici: essi, una volta installati, paiono immortali, come hanno indicato Ortoleva & Nacci (1997: XVI) "[...] il peso stesso degli investimenti effettuati, il radicamento nel territorio e nelle abitudini, lo rendono una presenza vincolante. In effetti, nessuno dei macrosistemi introdotti finora è mai veramente scomparso, anche se può aver subito un declino o un cambiamento di destinazione".

[18] Sul duplice adattamento subito ed imposto dai fruitori alle tecnologie di comunicazione cfr. l'utile lavoro di Fischer (1992) sulla telefonia negli Stati Uniti.

[19] Sorprendentemente, è stato il romanziere Luigi Pirandello (1915) a trattare in manie-

È questa la ragione principale per cui i gruppi sociali pertinenti il *nuovo* mezzo spesso imitano alcune caratteristiche del *vecchio*: vedere il *nuovo* alla luce del *vecchio*, infatti, è un'esigenza degli stessi consumatori dei media, i quali, non essendo disposti a ristrutturare troppo frequentemente le modalità di utilizzo, tentano così di ridurre l'impatto del cambiamento tecnologico e delle *routines* ad esso legate. Detto in altri termini, Michela Nacci (1998: 132) sostiene che "Si ha come l'impressione che occorra un momento nel quale il nuovo si traveste da *vecchio*, e in questo modo risulta più accettabile e moralmente migliore, prima di potersi manifestare apertamente come qualcosa di diverso (in genere, come un comportamento diverso)".

In questo arco di tempo in cui la *nuova* tecnologia si "traveste" da *vecchia*, i fruitori cercano di comprendere le funzionalità del mezzo neonato e lo adattano alle proprie abitudini, magari rinegoziandone alcune componenti. Tale assunto viene esplicitato dal concetto di *learning by using* (Rosenberg: 1982), secondo cui un medium apparso nel sistema viene valutato con gli stessi criteri di quello cui è chiamato a sostituirsi e, solo quando la diffusione e l'uso del *nuovo* mezzo si generalizzano, si assiste ad una sorta di razionalizzazione, tanto che tutti i dispositivi inutili, o semplicemente mutuati dal *vecchio* medium (cfr. l'interruttore "analogico" che l'illuminazione elettrica copiò da quella a gas), tendono a scomparire o venire sostituiti.

Come abbiamo evidenziato nella prima parte del lavoro, nei passaggi tra tecnologie "contigue" si assiste però anche al movimento mimetico inverso: quando il medium entrante pare aver preso il sopravvento, infatti, il mezzo in pericolo d'estinzione comincia ad imitarne alcuni atteggiamenti, caratteristiche, dispositivi. Quali motivazioni evidenziate nei tre *case studies* spingono il *vecchio* ad imitare il *nuovo*?

La principale ragione è legata alla sopravvivenza. Nella competizione disperata che la tecnologia *vecchia* ingaggia con la *nuova*, l'imitazione di un tratto caratteristico della "novità" può influenzare la mentalità di consumatori e produttori. È questo il tipico caso in cui, all'avvento di una tecnica "concorrente" – che sia la stampa, la luce elettrica o la televisione – i gruppi sociali pertinenti il medium *vecchio* vedono nuovi ed inediti campi di sviluppo ed applicazione per il loro mezzo, così come ha ben spiegato Susan Sontag (1973: 123), sostenendo, ad esempio, che "le

ra approfondita questi temi, sottolineando sia le difficoltà d'adattamento alle novità tecnologiche – in considerazione anche dell'età dei fruitori –, sia il meccanismo per cui un medium vecchio viene "riqualificato" all'avvento del nuovo (cfr. paragrafo precedente).

nuove fotografie cambiano la maniera in cui noi guardiamo le vecchie". Per tornare ad uno dei casi considerati, l'invenzione dell'illuminazione a gas con brevetto Auer, come ha sostenuto Schivelbusch, non avrebbe potuto essere ideata senza "l'esempio" della luce elettrica.

Oltre a copiare tratti del giovane concorrente, il *vecchio* tenta sovente di difendersi e sopravvivere all'avvento del *nuovo* anche tramite un cambiamento del quadro d'uso, attuando quello che possiamo definire uno "spostamento di senso" all'interno del sistema dei media. Essendo tutti i mezzi di comunicazione in un medesimo periodo storico profondamente interrelati, influenzandosi reciprocamente e partecipando di un complesso unitario[20], ogni qual volta un *nuovo* medium entra in campo, gli altri subiscono un assestamento, uno "spostamento di senso" che provoca una "reazione di sistema"[21]. Il concetto di "reazione di sistema" è utile per comprendere un principio agente nella storia della comunicazione: molto raramente un medium *vecchio* viene del tutto sostituito e di fatto "ucciso" dall'arrivo del *nuovo*, mentre spesso il mezzo in pericolo di estinzione trova un campo di applicazione differente, riesce a ritagliarsi un proprio spazio nella matrice dei consumatori e, altrettanto frequentemente, media percepiti come rivali riescono poi a convivere e addirittura a trovare particolari forme di sinergia.

Per restare ai nostri esempi, si pensi alle nuove applicazioni e funzioni culturali che il libro scritto andò a ricoprire alla penetrazione della stampa, al ripiegamento sugli usi culinari e di riscaldamento del gas e, infine, alle trasformazioni nelle modalità di fruizione ed ascolto della radio all'avvento della televisione.

Imitazione e cambiamento – le due principali tecniche difensive adottate dal medium *vecchio* per sopravvivere al *nuovo* – non vanno viste come strategie contrapposte, ma sovente i mezzi a rischio di estinzione le applicano entrambe, come abbiamo dimostrato nei casi esaminati.

[20] Cfr. Ortoleva (1995: 27): "L'espressione 'sistema dei media', esprime di per sé, sia pure in modo ancora generico, l'esigenza di ricondurre la pluralità delle forme di comunicazione a un quadro unitario e coerente. Il parlare di 'sistema' comporta infatti l'individuazione di una relazione di interdipendenze e di complementarietà fra i diversi mezzi utilizzati per lo scambio dei messaggi, la consapevolezza che un singolo medium non può essere compreso a partire da una supposta 'natura' tecnica o 'specifico' culturale, ma solo tenendo conto dell'influenza che ciascuno dei media esistenti ha sullo sviluppo e le trasformazioni degli altri".

[21] Cfr. Ortoleva (1995: 48): "Ogni innovazione importante nel campo della comunicazione (anche la più apparentemente ristretta) rimette in discussione abitudini, equilibri consolidati, mercati: i settori che se ne sentono più minacciati reagiscono, a volte ritoccando semplicemente le formule, cercando cioè di ristabilire il patto con il proprio pubblico, a volte ricorrendo a pressioni politiche per sopprimere o fiaccare i nuovi concorrenti, a volte mettendo-

E proprio dagli esempi considerati, infine, emerge una "via intermedia" alla lotta in senso stretto: talvolta *vecchi* e *nuovi* media hanno trovato forme di convivenza e collaborazione fruttifere e feconde per entrambe le parti. Si pensi al caso di radio e tv in Italia, due mezzi che hanno spesso intrapreso percorsi comuni o, come sostiene Buhler (1960: 45), alla cooperazione tra libro scritto e stampato che, in una certa fase storica, divenne "*inevitable*". Seguendo tale ottica, e nel tentativo di evitare il trauma del cambiamento repentino, nella storia delle comunicazioni sono state talora introdotte soluzioni tecnologiche a metà tra il mezzo *vecchio* e quello *nuovo*, i cosiddetti "ibridi": per fare solo alcuni esempi, si pensi al contatore a doppia scala, citato nell'esempio sull'illuminazione a gas ed elettrica; alla soluzione aeroelettrica del telegrafo, a metà tra quello Chappe e quello elettrico (cfr. Flichy 1991); e ancora, in un caso vicino a noi, al doppio prezzo in Lire ed Euro al trapasso tra le due monete.

In questo paragrafo, in accordo con gli obiettivi che ci eravamo prefissi originariamente, abbiamo cercato di individuare una serie di ragioni che spingono *vecchi* e *nuovi* media a imitarsi vicendevolmente. Da un lato, ciò potrebbe essere dovuto alle difficoltà di penetrazione di una tecnica neonata, che si scontra con eredità di natura economica e sociale imposte dal mezzo già esistente; dall'altro lato, il medium divenuto *vecchio* imita il *nuovo* o, più frequentemente, diversifica la propria offerta da quest'ultimo per ragioni legate alla pura sopravvivenza.

2.2. Perché studiare vecchio e nuovo?

Studiare i rapporti di mimesi tra *vecchie* e *nuove* tecnologie è, sotto un certo aspetto, compito specifico della storia della comunicazione. Crediamo però che la comprensione di questa dinamica interna al sistema dei media possa giovare anche ad altre discipline che si prefiggono lo studio dei mezzi, in ragione di quella necessità – avvertita da Bruno Latour (1991) e dalla maggioranza degli studiosi che fanno parte del paradigma "costruttivista" – di analizzare *simmetricamente* successi e fallimenti, vittorie e sconfitte, nascita e metamorfosi delle tecnologie.

Vedere il *vecchio* nel *nuovo* e viceversa può aiutare ad evitare due approcci scientifici fondamentalmente errati, ma ben radicati nel discorso sociale che coinvolge i media. Il primo, che potremmo definire "estatico", è tutto teso ad esaltare le novità contemporanee sopprimendo il loro legame con il

si anch'essi sulla via dell'innovazione tecnologica e organizzativa. [...] Si spiega così la 'reazione a catena' [...] che forse potremmo definire più esattamente 'reazione di sistema'".

passato e non tiene conto che due media, ancor più se "contigui", assumono spesso *mutatis mutandis* caratteristiche simili, suscitando reazioni di paura e meraviglia sorprendentemente analoghe, anche a distanza di secoli. La seconda tendenza pretende all'opposto di sopprimere le novità, considerate sempre e comunque come un "già visto", trascurando il fatto che ogni medium possiede qualità specifiche e, al suo apparire, impone all'intero sistema dei media una riconfigurazione generale.

Le due derive vanno allora sfumate ed integrate, anche perché agiscono simultaneamente sull'immaginario collettivo. Se da un lato, infatti, la fascinazione e l'entusiasmo legati alle novità tecnologiche hanno spesso favorito l'adozione sociale di un *nuovo* medium, dall'altro i fruitori non sempre sono stati disponibili al cambiamento repentino, per una serie di considerazioni che abbiamo illustrato (aspetti routinari, economici, sociali, la "paura del *nuovo*").

L'analisi dei rapporti tra *vecchi* e *nuovi* media, in definitiva, sembra riuscire ad indagare buona parte delle motivazioni connesse alle scelte tecnologiche e ad evidenziare aspetti fondanti sia delle "battaglie" che i mezzi ingaggiano per garantirsi la sopravvivenza, sia delle conseguenti ristrutturazioni che si verificano all'interno del sistema dei media.

Bibliografia

BIJKER, W. (1995). Of Bicycle, Bakelites, and Bulbs, Boston: Mit (trad. it. La bicicletta e altre innovazioni, Milano: Mcgraw-Hill, 1998).

BRAIDA, L. (2000). Stampa e cultura in Europa, Roma-Bari: Laterza.

BUHLER, C. F. (1960). The Fifteenth Century Book, the Scribes, the Printers, the Decorators, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

CAPRETTINI, G.P. (1996). La scatola parlante, Roma: Editori Riuniti.

CAPRETTINI, G.P. (2004). Tutta colpa della Tivù: i vizi (e le virtù) della nostra quotidiana piazza universale, Roma: Donzelli.

COLOMBO, F. (1998). La cultura sottile. Media e industria culturale in Italia dall'ottocento gli anni novanta, Milano: Bompiani.

DOGLIO, D. & RICHERI, G. (1980). La radio: origini, storia, modelli, Milano: Mondadori.

ECO, U. (1983). Sette anni di desiderio, Milano: Bompiani.

EISENSTEIN, E.L. (1983). The Printing Revolution in Early Modern Europe, Cambridge: Cambridge University Press (trad. it. Le rivoluzioni del libro, Bologna: Il Mulino, 1995).

FEBVRE, L. & MARTIN, H.-J. (1958). L'apparition du livre, Paris: Albin Michel. (trad. it. La nascita del libro, Roma: Laterza, 1977).

FIDLER, R. (1997). Mediamorphosis. Understanding New Media, Thousand Oaks:

London. (trad. it. Mediamorfosi: comprendere i nuovi media, Milano: Guerini, 2000).

FISCHER, C.S. (1992). America Calling. A Social History of the Telephone To 1940, Berkley: University of California Press (trad. it. Storia sociale del telefono. America in linea 1876-1940, Torino: Utet-Telecom, 1994).

FLICHY, P. (1991). Une Histoire de la communication moderne, Paris: La Découverte (trad. it. Storia della comunicazione moderna, Bologna: Baskerville, 1994).

FLICHY, PATRICE (1995). L'innovation technique, Paris: La Découverte (trad. it. L'innovazione tecnologica, Milano: Feltrinelli, 1996).

GIANNETTI, R. (1992). Tecnologia ed Economia del sistema elettrico. In: MORI, G. (ed.). Storia dell'industria elettrica italiana I, Le Origini. 1882-1914, Roma-Bari: Laterza.

GIANNETTI, R. (1998). Il Contatore Elettrico, In: NACCI, M. (ed.). Oggetti d'uso quotidiano, Venezia: Marsilio.

HORKHEIMER, MAX & ADORNO, T. W. (1947). Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente, Amsterdam: Querido (trad. it. Dialettica dell'illuminismo, Torino: Einaudi, 1966).

HUGHES, THOMAS (1983). Networks of Power. Electrification in Western Society, 1880-1930, Baltimore: The John Hopkins University Press.

LATOUR, B. (1991) Nous n'avons jamais eté modernes, Paris: La Découverte (trad. it. Non siamo mai stai moderni, Milano: Elèuthera, 1995).

MARVIN, C. (1988). When old Technologies were new, New York: Oxford University Press (trad. it. Quando le vecchie tecnologie erano nuove, Torino: Utet-Telecom, 1994).

MCLUHAN, M. (1962). The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man, Toronto: University of Toronto Press (trad. it. La galassia Gutenberg: nascita dell'uomo tipografico, Roma: Armando, 1976).

MCLUHAN, M. (1964). Understanding Media, New York: Mcgraw-Hill Book Company (trad. it. Gli strumenti del comunicare, Milano: Est, 1999).

MENDUNI, E. (1994). La radio nell'era della tv. Fine di un complesso di inferiorità, Bologna: Il Mulino.

MONTELEONE, F. (1992). Storia della radio e della televisione in Italia, Venezia: Marsilio.

MUNSTERBERG, H. (1916) (1970). The Photoplay: A Psychological Study, New York: Dover Publications (trad. it. Film. Il cinema muto nel 1916, Parma: Pratiche, 1980).

NACCI, M. (1998). La radio. In: NACCI, M. et al. (eds.). Oggetti d'uso quotidiano, Venezia: Marsilio.

NACCI, M. (2000). Pensare la tecnica. Un secolo di incomprensioni, Roma-Bari: Laterza.

NACCI, M. & ORTOLEVA, P. (1997). Introduzione all'edizione italiana. In: GRAS, A. (ed.). Grandeur et dépendance, Parigi: Presse Universitaires De France, 1993 (trad. it. Nella rete tecnologica, Torino: Utet-Telecom).

ONG, W.J. (1967). The Presence of the World, New Heaven: Yale University Press (trad. it. La presenza della parola, Bologna: Il Mulino, 1967).

ONG, W.J. (1982). Orality and Literacy: The Technologizing of the World, London: Methuen (trad. it. Oralità e scrittura: le tecnologie della parola, Bologna: Il Mulino, 1987).

ORTOLEVA, P. (1984). La radio e il suo pubblico: verso una storia degli ascoltatori. In: ORTOLEVA, P. & MONTELEONE, F. (eds.). La Radio, storia di sessant'anni 1924/1984, Torino: Rai-Eri.

ORTOLEVA, P. (1994). Prefazione all'edizione italiana, In: MARVIN, C. (ed.). Quando le vecchie tecnologie erano nuove.

ORTOLEVA, P. (1995). Mediastoria. Comunicazione e cambiamento sociale nel mondo contemporaneo, Parma: Nuova Pratiche.

ORTOLEVA, P. (2004). Una moderna Sheherazade. L'elettrificazione come processo storico e come forma simbolica. In: GIUNTINI, A. & PAOLONI, G. (eds.). La città elettrica. Esperienze di elettrificazione urbana in Italia e in Europa fra ottocento e novecento, Roma: Laterza.

PAPUZZI, A. (1993). Manuale del giornalista: tecniche e regole di un mestiere, Roma: Donzelli.

PETRUCCI, A. (1969). Alle origini del libro moderno. Libri da banco, libri da bisaccia, libretti da mano. *Italia medioevale e umanistica* XII: 295-313.

PETRUCCI, A. (1977). Introduzione. Per una nuova storia del libro. In: FEBVRE, L. & MARTIN, H. (eds.). La nascita del libro.

PIRANDELLO, L. (1915) (2000). Quaderni di Serafino Gubbio operatore, Milano: Mondadori.

POPPER, K. & CONDRY, J. (1994). Cattiva maestra Televisione, Milano: Reset.

ROSENBERG, N. (1982). Inside the Black Box: Technology and Economics, Cambridge: Syndicate of the Press of the University of Cambridge (trad. it. Dentro la scatola nera: Tecnologia ed Economia, Bologna: Il Mulino, 1991).

SARTORI, G. (1997). Homo Videns: televisione e post-pensiero, Roma: Laterza.

SCAMUZZI, SERGIO (2003). Logica della ricerca e comunicazione, Torino: Celid.

SCHIVELBUSCH, W. (1977). Geschichte der Eisenbahnreise, München-Wien: Carl Hanser Verlag, (trad. it. Storia dei viaggi in ferrovia, Torino: Einaudi, 1988).

SCHIVELBUSCH, W. (1983). Lichtblicke. Zur Geschichte der künstlichen Helligkeit im 19 Jahrhundert, München: Carl Hanser Verlag (trad. it. Luce. Storia dell'illuminazione artificiale nel secolo XIX, Parma: Nuova Pratiche, 1994).

SONTAG, S. (1973, 1974, 1977). On Photography, New York: Farrar, Strass and Girroux (trad. it. Sulla fotografia, Torino: Einaudi, 1978).

VESPASIANO, DA BISTICCI (1859). Vite di uomini illustri del secolo XV, Firenze: Barbera, Bianchi e Comp.

WILLIAMS, R. (1974). Television: Technology and Cultural Form, London: Collins (trad. it. Televisione: tecnologia e forma culturale, Roma: Editori Riuniti, 2000).

WOLF, M. (1984). Il presente della radio. In: ORTOLEVA, P. & MONTELEONE, F. (eds.).