Connettività, interattività, ipertestualità

Ho delineato, negli ultimi paragrafi, alcune tendenze in atto, determinate perlopiù, dall'inserimento dei nuovi media nel sistema dei mezzi di comunicazione nel suo complesso.

Altro discorso è invece quello sulle possibili implicazioni derivanti dalle caratteristiche intrinseche dei nuovi media. Essendo questi ultimi, nei loro usi e nelle loro applicazioni, talmente versatili da superare in realtà ogni nostra capacità di previsione, sarà certamente molto difficile abbracciare le diverse possibilità evolutive che potrebbero delinearsi in futuro (si vedano, ad esempio, tutte le implicazioni che riguardano il virtuale, i videogiochi, le integrazioni del corpo come macchina conoscitiva e che qui non potranno venire prese in considerazione).

Tuttavia, proprio la precedente considerazione che gli sviluppi culturali, sociali, politici e quant'altro sono determinati, più che dalle tecnologie stesse, da come le culture assimilano le nuove tecnologie e da quali pratiche si sviluppano intorno ad esse, ci incoraggia ad assumerci la responsabilità di interpretare il cambiamento, di sperimentare soluzioni, di indirizzarne le possibili evoluzioni.

Si può forse partire, nel tentativo di comprendere e di classificare alcune possibili tendenze, dalla suddivisione, da considerarsi necessariamente

euristica, introdotta da De Kerckhove[1]; per l'autore canadese le caratteristiche innovative dei nuovi media sono fondamentalmente tre:

- la connettività;
- l'interattività;
- l'ipertestualità.

La connettività è la caratteristica principale delle nuove tecnologie della comunicazione, quella che fa in modo che si possa affermare che ogni Pc sia connesso al mondo intero. Al di là della suggestiva formula, pare che la nozione di connettività concorra nella formulazione del concetto di "intelligenza connettiva" di De Kerckhove, analogo a quello di "intelligenza collettiva", formulato indipendentemente e quasi simultaneamente da Levy[2]. L'intelligenza connettiva o collettiva potrebbe essere la naturale conseguenza di alcune pratiche di utilizzo della Rete (quelle che si fondano sulla condivisione e cooperazione di diversi utenti fisicamente separati nel tempo e nello spazio) e della rapida evoluzione delle conoscenze che essa permette: attraverso queste pratiche comunicative e collaborative le intelligenze individuali possono trovare un punto di incontro in cui integrare competenze e soggettività diverse ma reciprocamente utili e complementari, facendo emergere, nel loro mutuo riconoscimento e nel loro interagire, un'intelligenza distribuita di tipo diverso, un cervello collettivo, un'ipercorteccia. Tale concetto, per quanto

---

[1] Derrick De Kerckhove, *Esplorare la realtà elettronica delle reti,* 2000, cit. in Nicola Cavalli, "I Generi Comunicativi del Web", <http://www.librishop.it/scritti_soc/tesi/Generi_Web_NCavalli1.pdf>.

[2] L'intelligenza collettiva è «un'intelligenza distribuita ovunque, continuamente valorizzata, coordinata in tempo reale, che porta a una mobilitazione effettiva delle competenze». Pierre Lévy, *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Milano, Feltrinelli, 1996, p. 34.

possa apparire forse più evocativo che realistico, ha comunque il merito di svelare ed illustrare una delle potenzialità di Internet, ovvero quella di catalizzare la cooperazione tra individualità diverse, configurandosi sia come un'estensione della memoria, che delle capacità comunicative ed intellettive private, che si collettivizzano nel momento in cui vengono pubblicate e condivise. L'intelligenza connettiva è quindi una connessione interattiva tra diverse menti, una sorta di seconda mente ausiliaria[3].

Mia personale opinione è che, se queste pratiche avranno successo e dimostreranno la loro validità, ne conseguirà una valorizzazione dei concetti di cooperazione e collaborazione (opposti a quelli di competizione e conflitto) suscettibile di estendersi ad altri settori della società e della cultura.

L'interattività, caratteristica che descrive il grado di controllo sul contenuto fruibile, rafforza la consapevolezza della centralità del destinatario della comunicazione, sia nel senso che gli viene offerta una notevole quantità di informazione da selezionare, sia nel senso che gli viene restituito un ruolo attivo nella produzione del contenuto. L'interattività allontana quindi l'utente da un contesto tipico dell'oralità secondaria, che lo vede ricettore passivo di informazioni trasmesse da un emittente situato in posizione privilegiata (uno a molti, comunicazione unidirezionale del modello broadcast), per avvicinarlo a caratteristiche tipiche della cultura orale, riconferendogli la possibilità di influenzare il contenuto della comunicazione. Viene ridefinito, a mio parere, tutto il concetto di comunicazione, non potendo più quest'ultimo prescindere da

[3] Derrick De Kerckhove, *Brainframes*, Bologna, Baskerville, 1993, p. 178.

un'approfondita riflessione sul destinatario, sulle sue caratteristiche ed esigenze, nel rispetto della sua intelligenza e della sua dignità.