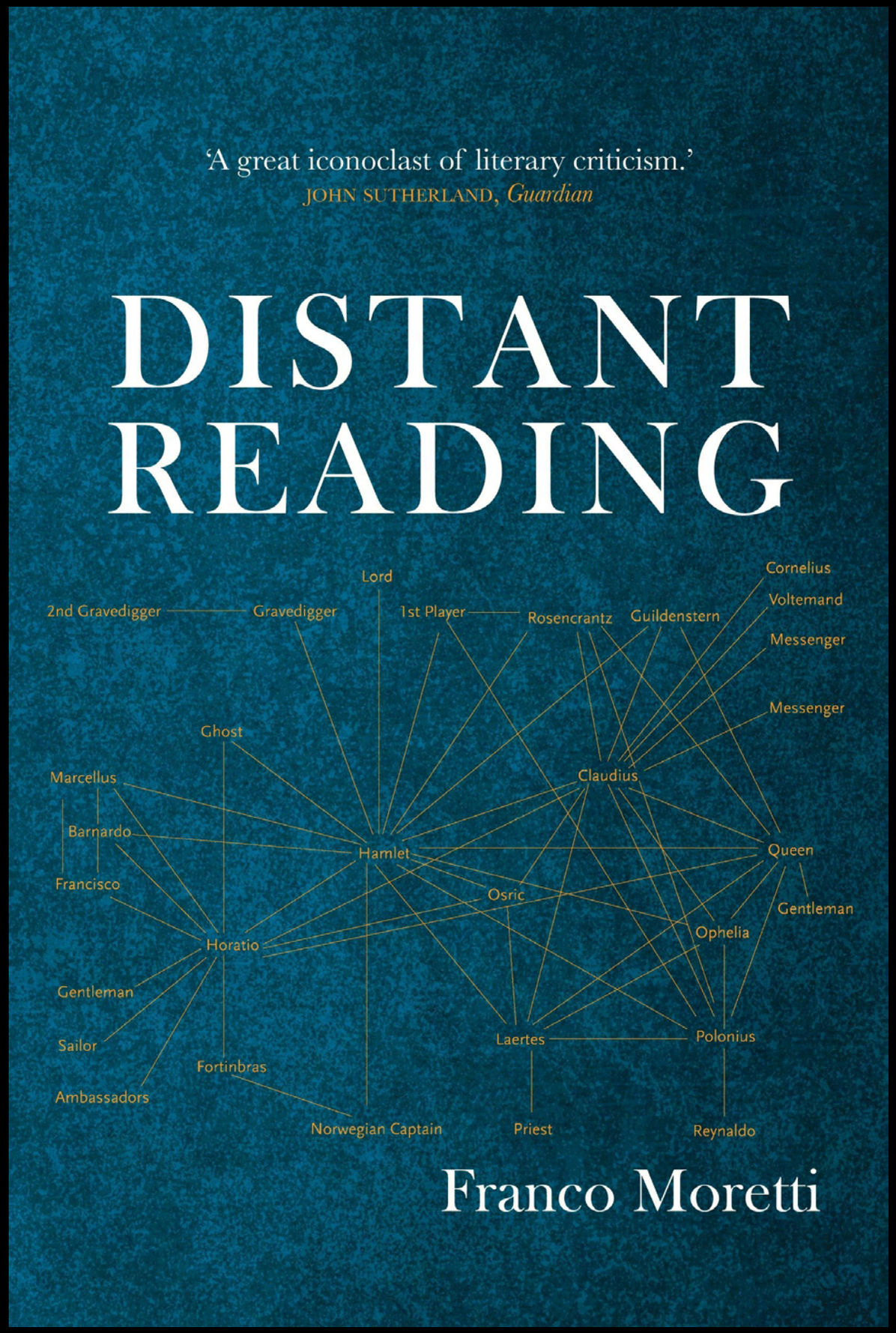
DISTANT VIEWING

METODOLOGIE DI ANALISI PER GLI AUDIENCE & RECEPTION STUDIES

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Seminari per la stesura della tesi di laurea
7 febbraio 2019, h. 15-17

Damiano Garofalo
damiano.garofalo@uniroma1.it



- Il *close reading* è una forma di critica letteraria (nata negli anni '30 negli Stati Uniti) basata su un'attenta analisi "ravvicinata"del testo, che tende ad escludere ogni informazione esterna legata al contesto in cui l'opera è prodotta, e che si concentra su modelli narrativi, strutture formali, questioni estetiche.

- Questo atteggiamento critico è stato adottato per diversi anni nell'ambito delle scienze umanistiche – e dunque anche nei *film studies* – portando a un notevole successo accademico delle forme di analisi del film (estetiche o narratologiche).

- A partire dagli ultimi vent'anni, nelle scienze umanistiche è stata introdotta la nozione di *distant reading*, un atteggiamento critico che si allontana dal testo per poter osservare un campo più vasto: uno stile, un intero genere, un campo di produzione.

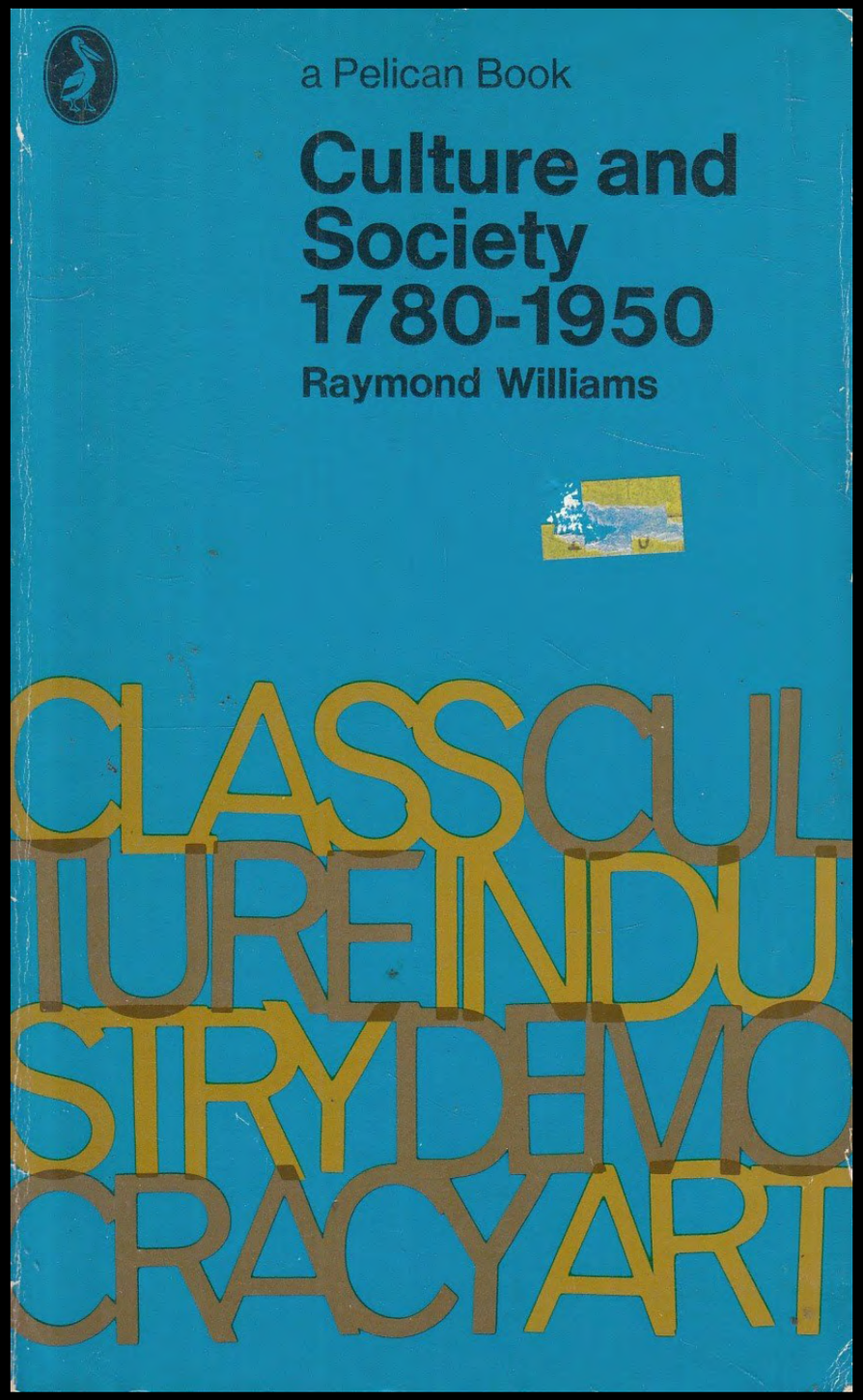
COME FUNZIONA IL DISTANT READING?

- Si prende un testo e lo si mette in relazione con altri testi (costruzione del *corpus*).
- Si analizzano le connessioni tra i prodotti del corpus al di fuori del "testo".
- Si studia il contesto di produzione, distribuzione, consumo e ricezione dei singoli testi.
- Si prendono i dati quantitativi (numeri) e qualitativi e li si mettono in relazione tra loro (uso di tabelle e grafici possono facilitare l'analisi).
- Si analizzano i risultati e si sviluppa un discorso critico attorno al corpus.

«*Distant reading*, ho chiamato una volta, un po' per scherzo e un po' no, questo modo di lavorare: dove la distanza non è però un ostacolo alla conoscenza, bensì una sua forma specifica. La distanza fa vedere meno dettagli, vero: ma fa capire meglio i rapporti, i pattern, le forme»

Franco Moretti, *Distant Reading* (Verso, 2013)

L'ORIGINE: GLI STUDI CULTURALI



- I *cultural studies* nascono in Gran Bretagna negli anni '60 come ampliamento del settore della critica letteraria verso i materiali della cultura popolare di massa.

- Grazie agli *studi culturali* vengono introdotti nell'ambito dei *film studies* anche lo studio dei media e della televisione (mezzo ritenuto fino a quel momento non "legittimo").

- Si tratta di un approccio che tenta di capire come viene generato il significato di un testo ponendolo in relazione al contesto di produzione, ricezione, distribuzione.

- Grazie allo spostamento di attenzione dal testo al contesto, s'iniziano a studiare anche i prodotti ritenuti più popolari (ad es. il cinema di genere) in virtù della loro importanza sociale – non solo i prodotti appartenenti al "canone" artistico.

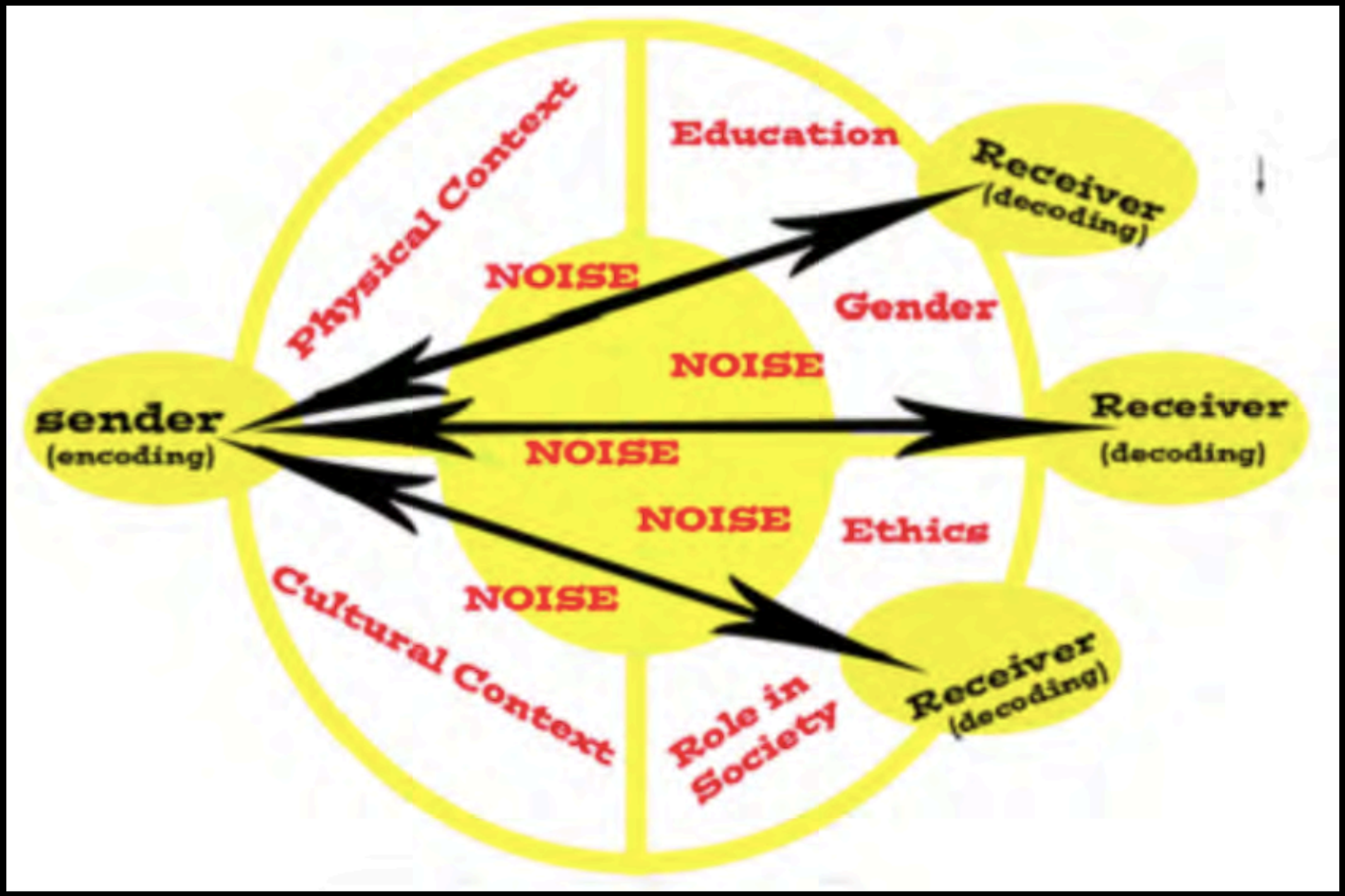
CULTURA POPOLARE E AUDIENCE STUDIES

- I canoni di legittimità si spostano al di fuori del testo: è importante studiare i prodotti e i media che la gente consuma di più (la cultura popolare) per capire meglio come i testi agiscono sulle culture e sulle società.

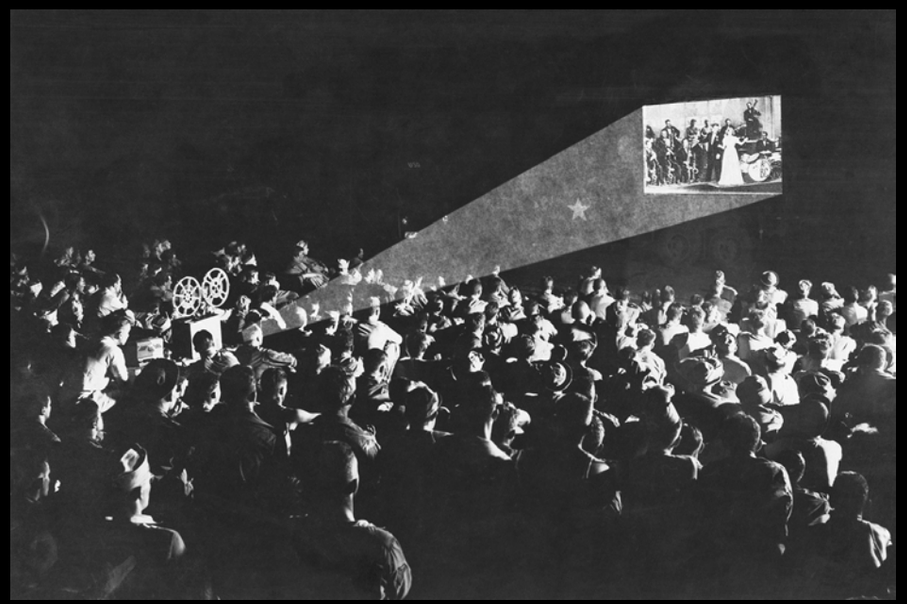
- Nasce la disciplina degli *audience studies*: lo studio dei pubblici da un punto di vista sia quantitativo (quante persone consumano quel prodotto) che qualitativo (quali persone e come reagiscono al prodotto).

- Le *audience* (o i pubblici, sempre al plurale) sono una massa eterogenea che consuma cultura e che reagisce sempre diversamente alle sollecitazioni dei testi.

ENCODING/DECODING:
IL MODELLO DI STUART HALL



COME FUNZIONANO GLI AUDIENCE STUDIES?



- Si sceglie un testo (o un corpus di testi) e si studia il suo rapporto (nel presente o nella storia) con il pubblico.
- Si deve anzitutto indagare un dato numerico: quante persone hanno consumato quel testo?
- Si deve poi distinguere il contesto di ricezione: dove, come e perché è stato consumato quel testo?
- Si va infine ad indagare il fronte qualitativo: quali sono le reazioni dei pubblici al consumo di quel testo?

FONTI CONTEMPORANEE PER GLI AUDIENCE STUDIES #1 - ANALISI QUANTITATIVA

Per il **cinema**: dati sugli incassi (box office) o sugli ingressi (admissions) nazionali o internazionali.

Fonti principali:

- Cinetel - https://www.cinetel.it
- Anica - http://www.anica.it
- IMDb - https://www.imdb.com
- Lumiere (European Audiovisual Observatory) - http://lumiere.obs.coe.int
- Box Office Mojo (USA) - https://www.boxofficemojo.com

Per la **televisione**: dati sugli ascolti (spettatori) e sullo share (percentuali).

Fonti principali:

- Auditel (a pagamento) - http://www.auditel.it
- Geca Italia (dati giornalieri) - https://www.gecaitalia.it
- Davide Maggio - https://www.davidemaggio.it
- TV Zoom - https://www.tvzoom.it

FONTI CONTEMPORANEE PER GLI AUDIENCE STUDIES #2 - ANALISI QUALITATIVA

Per il **cinema** o per la **televisione**:

- Questionari da somministrare online - https://it.surveymonkey.com/
- Campagna di interviste orali o audiovisive (ma costruzione adeguata del corpus!)
- Analisi delle reazioni sui social network (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube)
- Google Trends - https://trends.google.it
- Aggregatori di giudizi (Rotten Tomatoes, IMDb) - https://www.rottentomatoes.com/

FONTI STORICHE PER GLI AUDIENCE STUDIES
#1 - ANALISI QUANTITATIVA

Per il **cinema**: dati sugli incassi (box office) o sugli ingressi (admissions) nazionali o internazionali.

Fonti principali:

- *Il Giornale dello Spettacolo* (AGIS) - Biblioteca Luigi Chiarini (Roma)
- *Lo Spettacolo* (SIAE) - Biblioteca Luigi Chiarini (Roma)
- Hit Parade Italia (solo classifiche) - http://www.hitparadeitalia.it

Per la **televisione**: dati sugli ascolti (spettatori) e sullo share (percentuali).

Fonti principali:

- Servizio Opinioni RAI (dal 1954 al 1985) - Biblioteca RAI Comunicazioni di Massa (Roma)
- Auditel (dal 1986, a pagamento) - http://www.auditel.it

FONTI STORICHE PER GLI AUDIENCE STUDIES #2 - ANALISI QUALITATIVA

Per il **cinema** o per la **televisione**:

- Fonti orali (già registrate e conservate, oppure da produrre per l'occasione)
- Archivio diaristico nazionale - http://archiviodiari.org/
- Archivi privati di spettatori (diari, ritagli, ricordi, memorabilia)
- Lettere inviate ai divi conservate in fondi specifici - Biblioteca Luigi Chiarini (Roma), Cineteca di Bologna
- Lettere di protesta inviate alla RAI (resoconti) - Biblioteca RAI Comunicazioni di Massa (Roma)
- Rubriche dei lettori di riviste e rotocalchi dell'epoca - Biblioteca Luigi Chiarini, Biblioteca Nazionale (Roma)

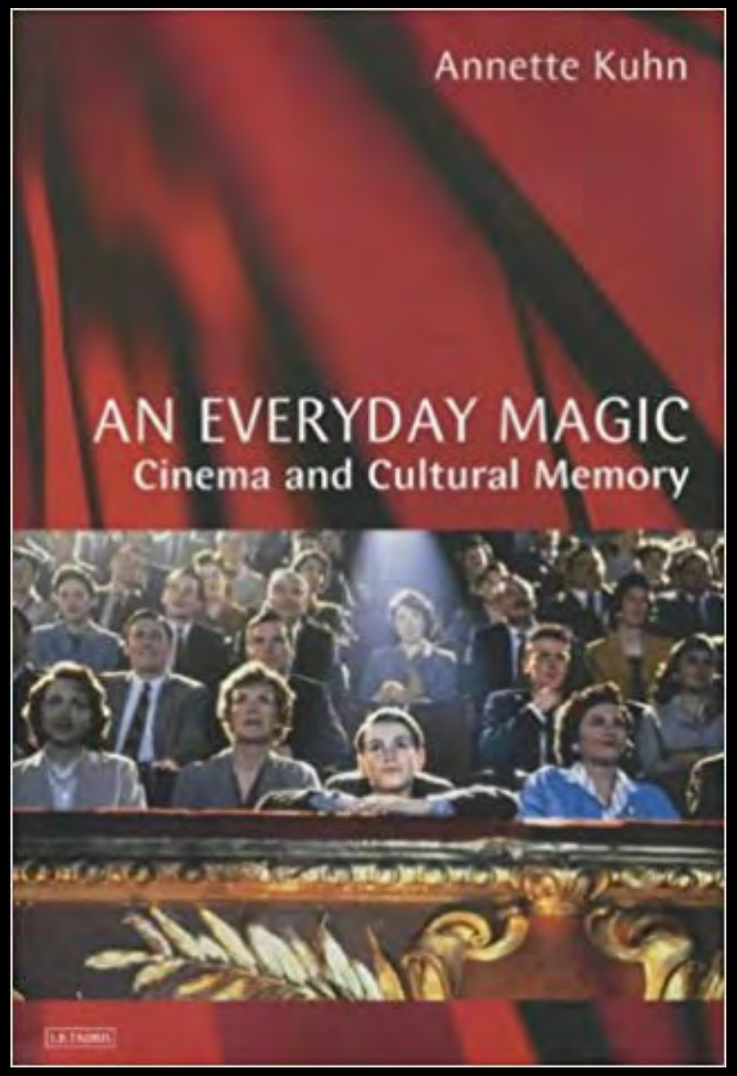
ALCUNE POSSIBILI TRACCE #1

- Partire dal contesto: ricostruzione di percorsi storici (o contemporanei) di consumo cinematografico/televisivo in una specifica area geografica (quartiere, città, regione).

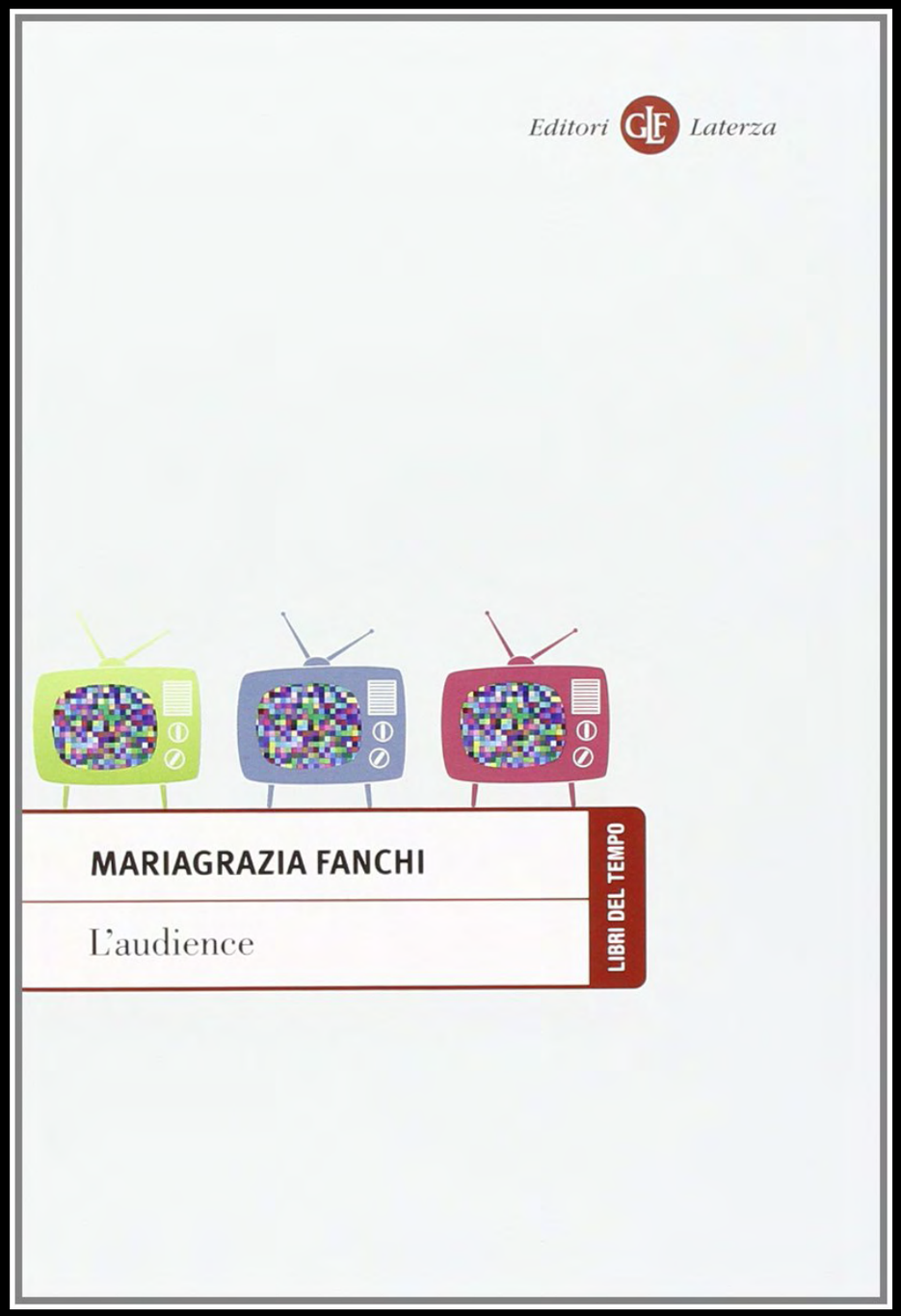
- Partire dal testo: analisi dei rapporti con il pubblico (e quindi con la distribuzione, con l'industria, etc.) di un determinato corpus di film (ad es. di un autore in particolare, di alcuni anni di riferimento, etc.).

- Una via di mezzo: integrare la propria analisi testuale, produttiva, estetica, narratologica con un paragrafo/capitolo sullo studio delle audience (qualitativo e quantitativo) di quel testo specifico.

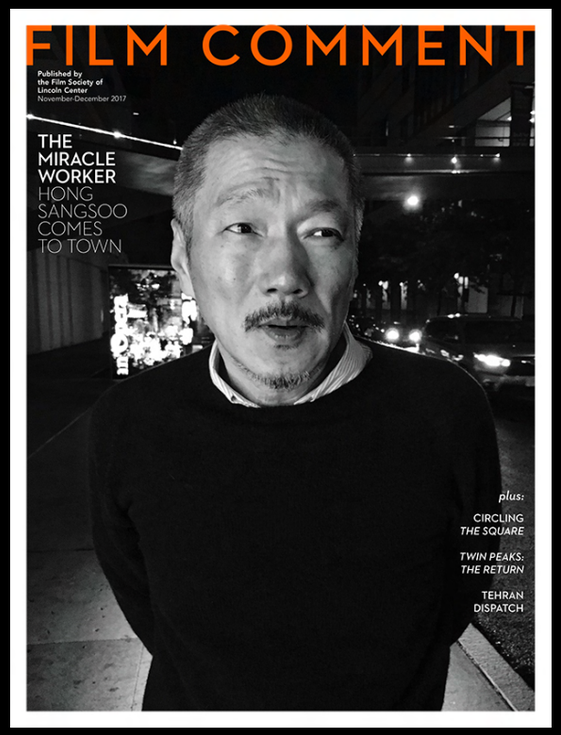
ALCUNI ESEMPI DI AUDIENCE STUDIES...



...E ALCUNI TESTI FONDAMENTALI DI METODOLOGIA



RICEZIONE CRITICA E RECEPTION STUDIES



- Sulla scia della tendenza degli studi culturali di "uscire fuori" dal testo, s'iniziano a studiare non solo i modi in cui le audience recepiscono i testi, ma anche come quei testi circolano e vengono recepiti criticamente in determinati contesti.

- Si tratta di ricostruire i modi in cui studiosi, intellettuali e critici recepiscono un testo nel momento in cui viene diffuso: studiare, dunque, quello che è stato già detto da altri, e come questi hanno orientato il dibattito attorno a una determinata opera.

- La critica diventa un vero e proprio oggetto di studio: studiare la ricezione critica significa, soprattutto, inserire un testo all'interno del suo contesto di circolazione.

- In questo senso, gli audience studies possono essere considerati un settore dentro i *reception studies*, che si occupano di: distribuzione, circolazione, ricezione critica, pubblico.

COME FUNZIONANO I RECEPTION STUDIES?

- Si sceglie un testo (o un corpus di testi) e si studia il suo rapporto (nel presente o nella storia) con la critica.
- Il punto di partenza è individuare le date di distribuzione (o di messa in onda), nel contesto che c'interessa, di quel prodotto.
- A questo proposito, bisogna distinguere tra tre tipi di circolazione: a) pre-theatrical (festival, anteprime, presentazioni); b) theatrical (distribuzione, uscita in sala); c) post-theatrical (passaggi televisivi, home video, presenza nelle piattaforme digitali, re-releases).
- Bisogna, poi, individuare le testate generaliste e le riviste di critica più importanti (più lette, più influenti, disponibili online o in archivio) nel periodo/contesto in cui il prodotto circola.
- Distinguendo la natura delle pubblicazioni che si vogliono studiare (generalista, specialistica, collocazione geografica, orientamento politico) si passano in rassegna tutti i riferimenti a quei prodotti ivi presenti.
- Dopo la fase di raccolta delle fonti, si costruisce un discorso tematico attorno ai contenuti ricorrenti / più importanti: si riportano porzioni di articoli/recensioni, che vanno sempre commentati e introdotti (è possibile anche abbozzare un discorso quantitativo).

ALCUNE FONTI PER I RECEPTION STUDIES

- Riviste cartacee di critica cinematografica - Biblioteca Luigi Chiarini (Roma)
- Riviste online di critica cinematografica - ad es. https://www.sentieriselvaggi.it/
- Quotidiani e riviste di cultura, costume, spettacolo - Biblioteca Nazionale (Roma)
- Alcuni archivi di quotidiani online (*L'Unità*, *La Stampa*, *Corriere della Sera*) - ad es. https://www.lastampa.it/archivio-storico/index.jpp
- Pagine online di quotidiani e riviste (per ricerche più recenti)
- Per le ricerche sulla TV: *Radiocorriere* - http://www.radiocorriere.teche.rai.it/
- Reazioni dei critici sui social network (Facebook, Twitter, etc.)
- Aggregatori di recensioni (Metacritic) - https://www.metacritic.com/

ALCUNE RIVISTE (FONDAMENTALI) DI CRITICA CINEMATOGRAFICA

- Italia: *Bianco e Nero*, *Filmcritica*, *La Rivista del Cinematografo* - http://www.fondazionecsc.it/bib_biblio_digitale_detail.jsp?area=29&ID_LINK=148&id_context=318
- Francia: *Cahiers du Cinema*, *Positif*, *Télérama* - https://www.cahiersducinema.com/categorie-produit/sommaire/
- Stati Uniti: *Film Comment*, The Hollywood Reporter, Variety - https://variety.com/
- Altre: *Sight and Sound* (UK), *Fotogramas* (ES), *Empire* (AUS).

ALCUNE POSSIBILI TRACCE #2

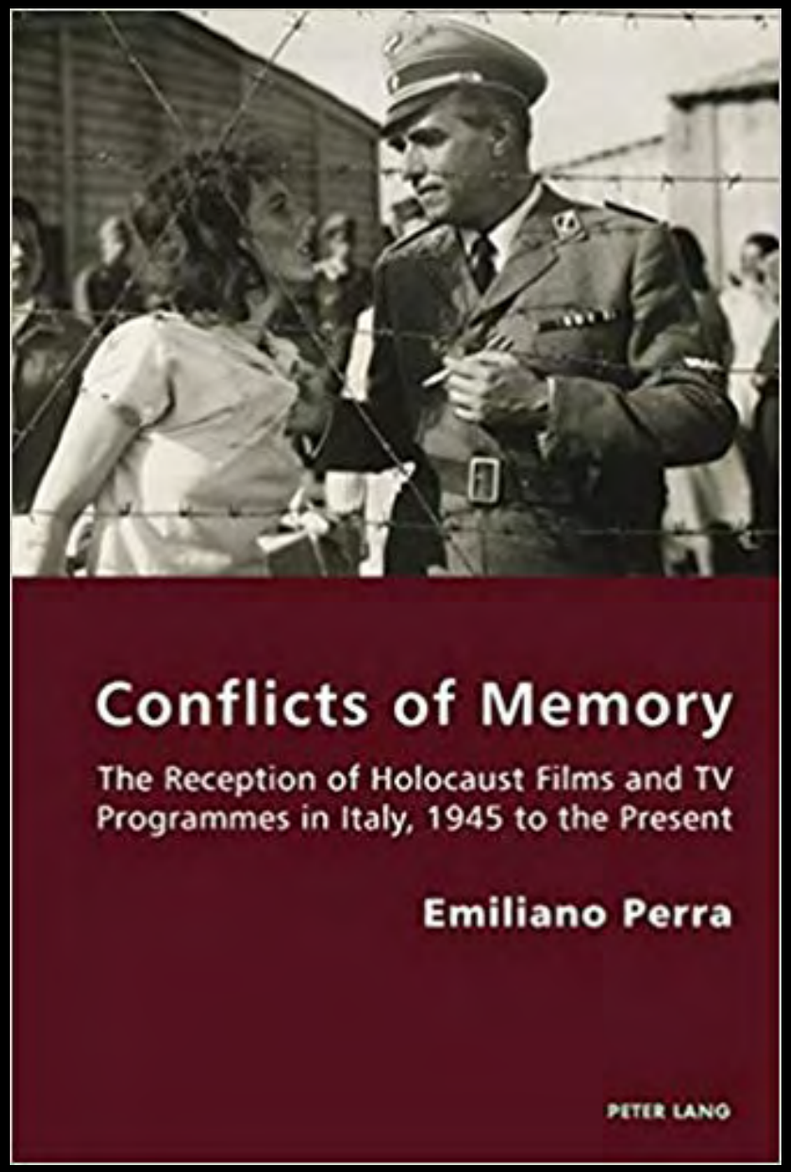
- Partire da una testata: ricostruire gli atteggiamenti critici di quella testata nei confronti di un genere, o di un corpus di film, in un determinato periodo; ricostruire percorsi intellettuali di critici particolarmente importanti/interessanti.

- Partire dal contesto: ricostruire atteggiamenti critici di più riviste in un determinato contesto storico.

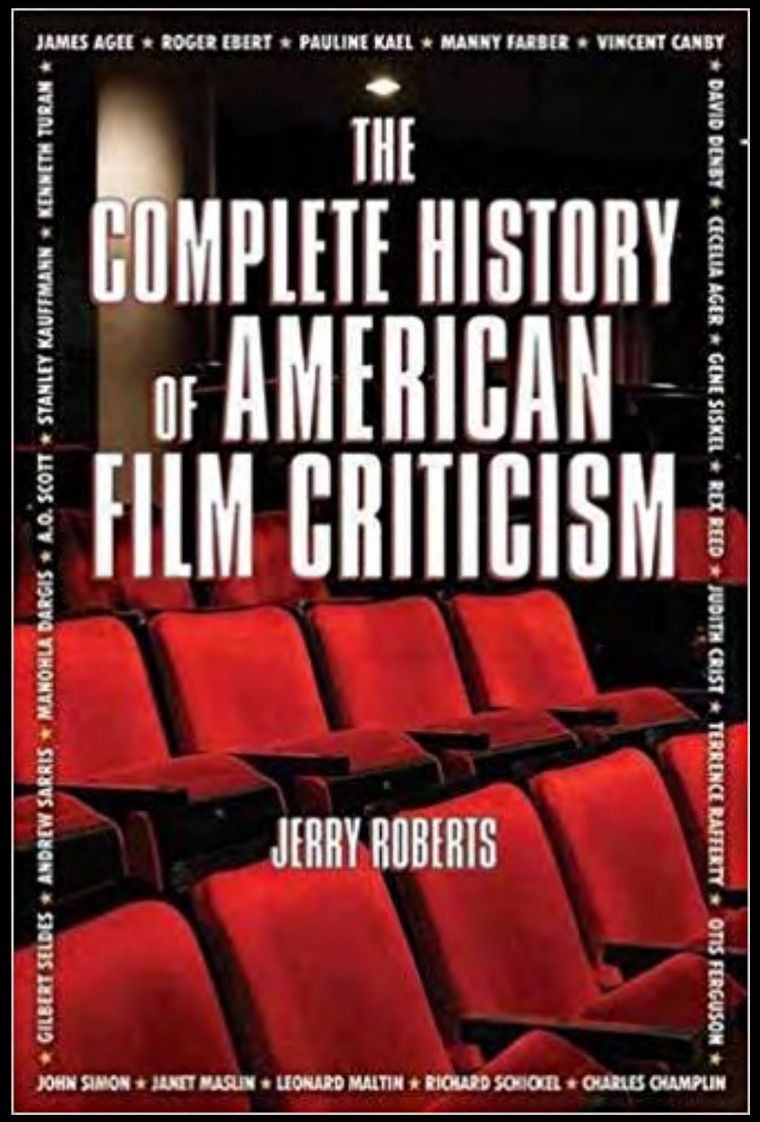
- Partire da un testo: cercare su più testate tutte le reazioni critiche e i riferimenti alle varie uscire di un prodotto.

- Una via di mezzo: integrare la propria analisi testuale, produttiva, estetica, narratologica con un paragrafo/capitolo sullo studio della ricezione critica di quel testo specifico.

ALCUNI ESEMPI DI RECEPTION STUDIES...



... E ALCUNI TESTI PER CAPIRE (MEGLIO) LE LOGICHE DELLA CRITICA



ALCUNE RISORSE ONLINE

- http://www.participations.org/
- http://italiancinemaaudiences.org
- http://www.romarcordsapienza.com
- https://vimeo.com/romarcordseries

UNA PICCOLA ESERCITAZIONE

Immaginate di dover fare una proposta di tesi (a scelta) su:

- Audience Studies
- Reception Studies
- Audience & Reception Studies
- Tesi di un altro ambito che preveda un'integrazione su A&R

Scrivete un titolo provvisorio e una bozza di indice in tre capitoli (con titoli provvisori).

Tempo a disposizione: 5 minuti.