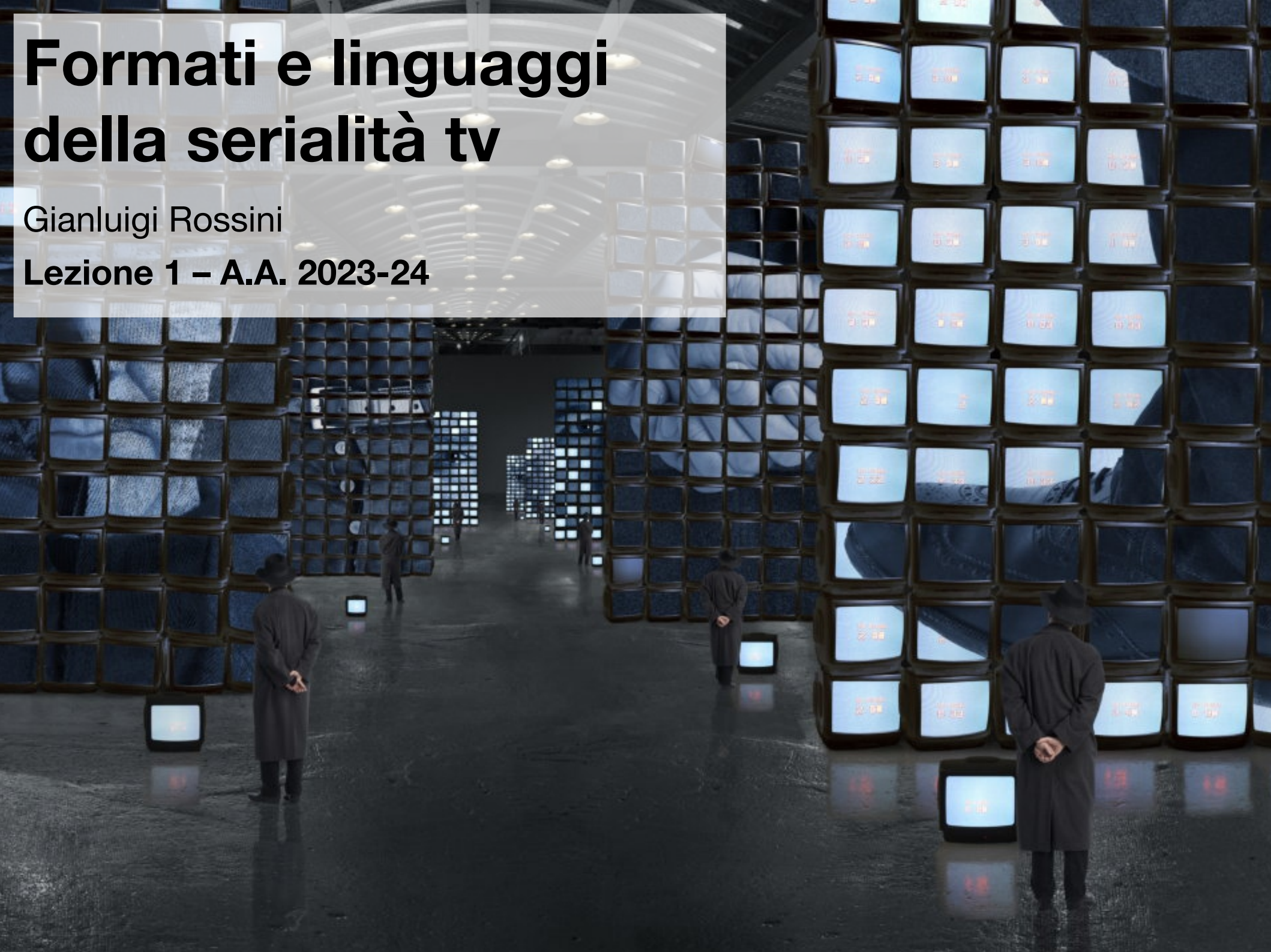


Formati e linguaggi della serialità tv

Gianluigi Rossini

Lezione 1 – A.A. 2023-24



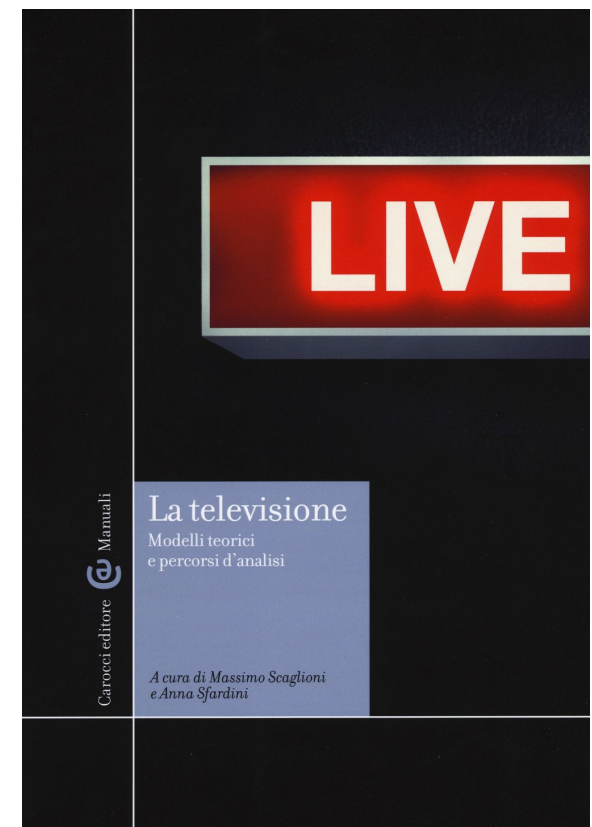
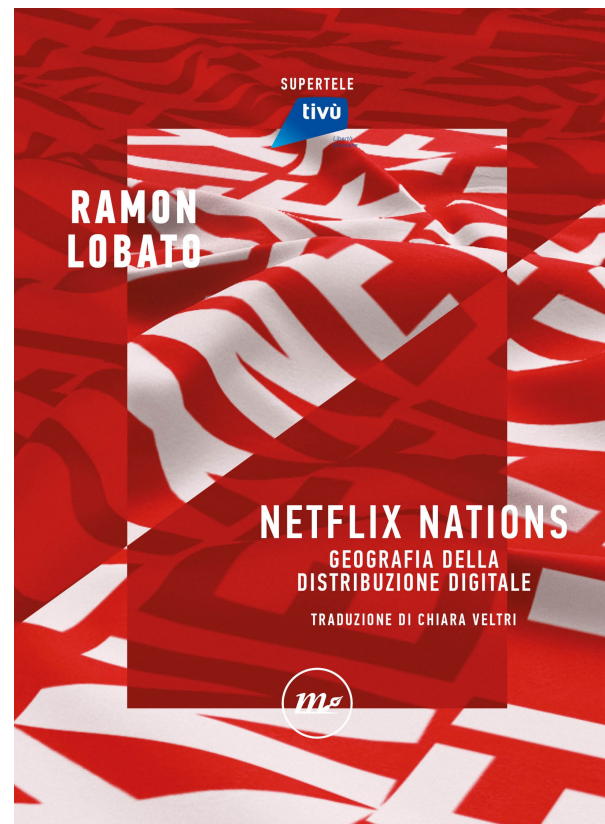
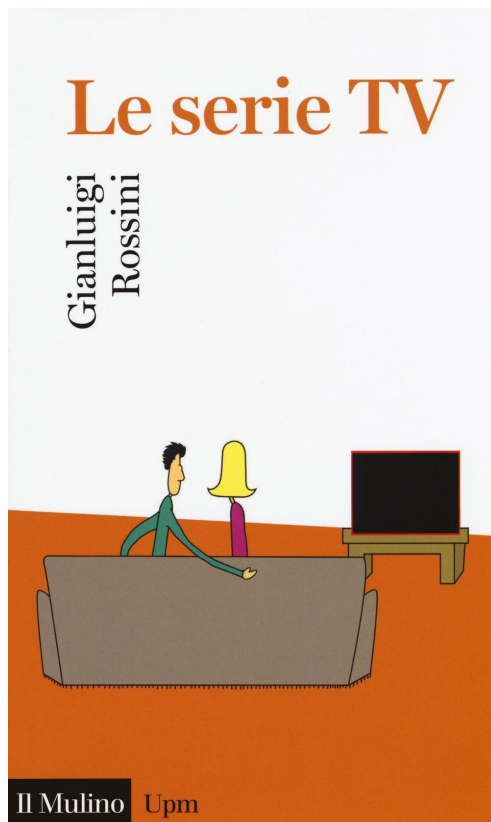


Argomenti del corso

- 1) Fondamenti di teoria: che cos'è e come si studia la TV.
- 2) Storia ed evoluzione delle serie TV negli USA e in Italia, in parallelo con l'evoluzione del medium.
- 3) Gli OTT (Over the top): la tv via internet.
- 4) Laboratorio recensioni.



Programma

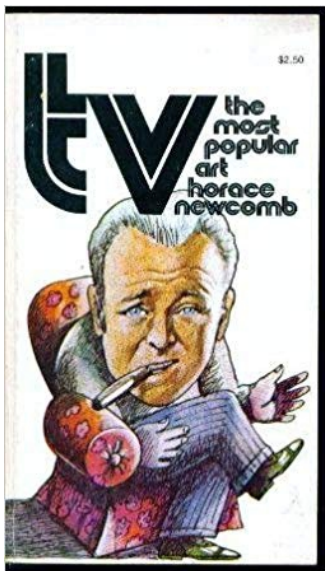




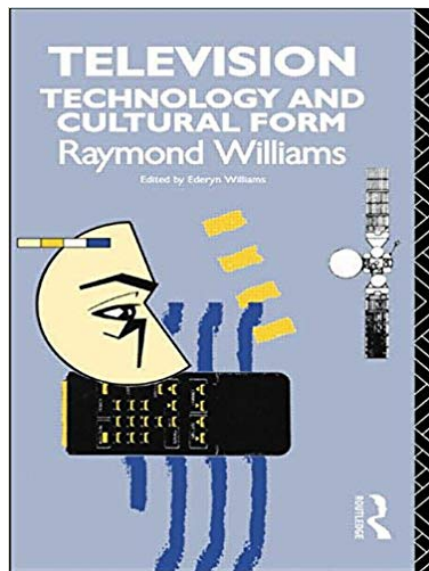
I television studies

Studiare la TV: i television studies

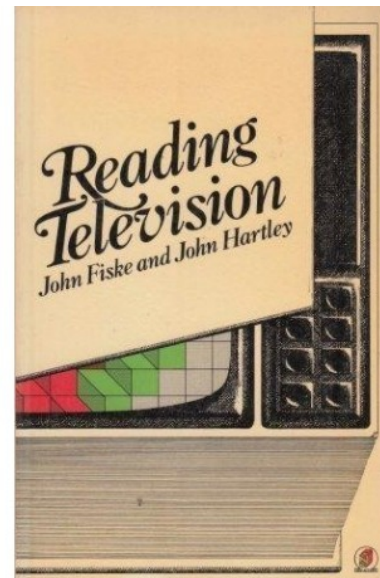
I television studies si formano a partire dalla seconda metà degli anni settanta, soprattutto tra USA e UK. Nel 1984, a Londra, la prima «International Television Studies Conference», organizzata dal British Film Institute.



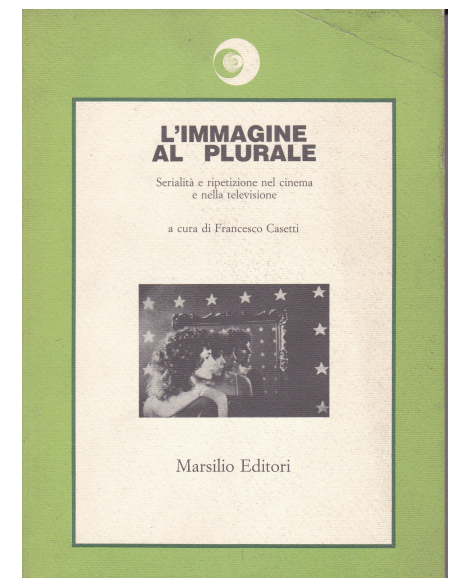
H. Newcomb, *TV: The Most Popular Art*, 1974



R. Williams, *TV: Technology and Cultural Form*, 1974



J. Fiske, J. Hartley, *Reading Television*, 1978



F. Casetti (a cura di), *L'immagine al plurale*, 1984



Studiare la TV: i television studies

I television studies prendono le mosse da tre tradizioni teoriche, cercando di superarle o di integrarle tra loro:

- 1) Tradizione sociologica (studi sugli *effetti* dei media).
- 2) Tradizione umanistica (*humanities*: teoria della letteratura / film studies).
- 3) Cultural studies (studiare *tutta* la produzione culturale, studiare il ruolo dei testi nella società, modello encoding/decoding, studio etnografico delle audience).



Studiare la TV: i television studies

Per i television studies è fondamentale utilizzare un approccio integrato che tenga sempre in considerazione le tre dimensioni del medium (o, almeno, due su tre):

- **Istituzioni:** produzione, distribuzione, politica economica, legislazione e azione governativa, tecnologia.
- **Contenuti** (programmi o **testi**): aspetti formali ed estetici (strutture narrative, stile visuale, linguaggio), generi, ermeneutica, analisi della rappresentazione.
- **Pubblico:** ricezione/fruizione, uso/consumo.

L'approccio integrato vuole evitare i molti “errori prospettici” che è facile commettere se ci si concentra su un'unica dimensione.



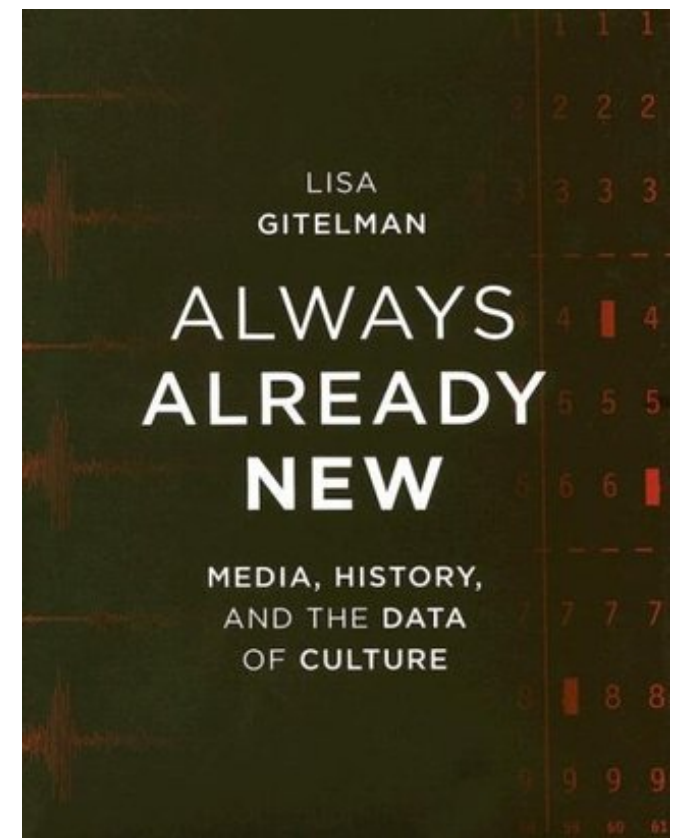
Che cos'è la televisione?

Che cos'è un medium?

Seguendo Lisa Gitelman, possiamo definirlo su due livelli:

- 1) Una **tecnologia di delivery** (il complesso di apparati che fa sì che delle immagini appaiano sul televisore).
- 2) Un insieme di **protocolli**, ovvero pratiche sociali e culturali cresciute intorno a quella tecnologia.

La TV è un insieme di **tecnologie, normative, industrie, pratiche produttive, pratiche di fruizione e forme testuali**, che si è evoluto e modificato nel corso del tempo e ha fisionomie diverse in diverse parti del mondo.





Da tenere a mente

La definizione di Gitelman ha due importanti conseguenze:

- 1) La tecnologia da sola non basta a definire un medium. I media sono costituiti da un **nucleo tecnologico**, attorno al quale si addensa la vasta nebulosa dei **protocolli**.
- 2) Tecnologia e protocolli **cambiano nel tempo**: i medium vanno studiati e definiti nella dimensione diacronica. Vanno evitati sia l'essenzialismo, che naturalizza caratteristiche storicamente determinate, sia il determinismo tecnologico.



Contro il determinismo tecnologico

Determinismo tecnologico: l'idea che siano le caratteristiche tecnologiche di un medium a determinare il modo in cui esso si svilupperà e sarà utilizzato (nelle sue versioni più estreme, il DT attribuisce alla tecnologia il potere di plasmare l'intera società).

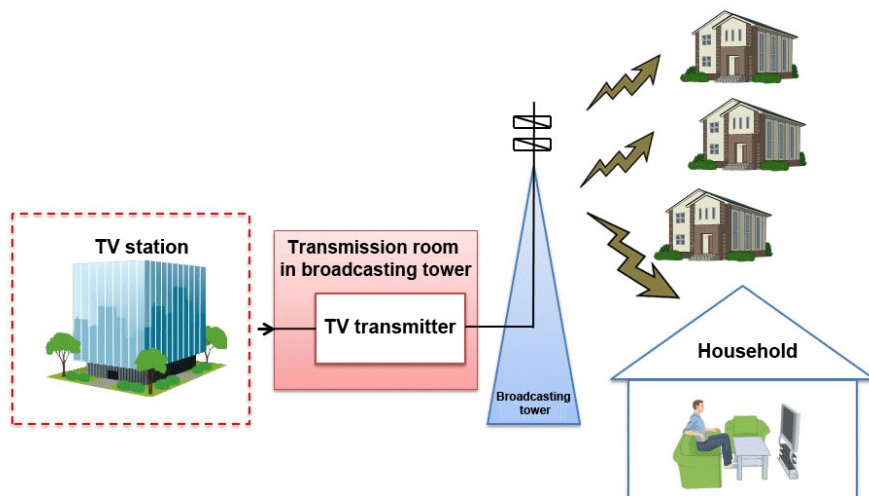
La tecnologia alla base della televisione è un sistema di trasmissione a distanza di immagini e suoni (il **televisore** è l'apparecchio ricevente, che decodifica i segnali ricevuti).

La forma presa dalla televisione (intesa come medium) nelle società occidentali a partire dagli anni cinquanta **non è stata determinata dalle caratteristiche tecnologiche**, è il risultato dell'interazione di un gran numero di agenti e fenomeni sociali.



La forma “classica” della tv: il broadcasting

Broadcasting



- Comunicazione **unidirezionale** (da uno a molti).
- **Scarsità** (le frequenze sono poche, dunque pochi operatori o monopolio).
- **Domesticità** (apparecchio installato nell'abitazione privata, i contenuti sono rivolti soprattutto alle famiglie).
- **Gratuità** (nessuna barriera all'ingresso).

Il broadcasting nasce con la radio. Quasi ovunque la televisione viene strutturata replicando il modello istituzionale già sviluppato per la radio.



Due modelli fondamentali

- **Modello commerciale (USA):** le frequenze sono un bene pubblico (e scarso), ma lo Stato ne concede l'utilizzo a dei privati.
 - I titolari della concessione devono servire «l'interesse pubblico».
 - I canali commerciali si finanziano con la pubblicità.
- **Servizio pubblico (UK):** lo Stato nomina un'unica società concessionaria che gestisce l'intero servizio televisivo (monopolio pubblico).
 - Servizio universale, disponibile a tutti.
 - Servizio generalista: «informare, educare, divertire».
 - Servizio pluralista: deve garantire un'informazione imparziale.
 - Servizio indipendente: dalle pressioni commerciali e dall'influenza governativa.
 - Si finanzia con il canone, una tassa annuale pagata dai cittadini.



Broadcasting e nazione

- Le storie della televisione sono per lo più **storie nazionali**.
- Infatti:
 - Il broadcasting assume configurazioni diverse nei diversi contesti nazionali;
 - Il broadcasting diventa «il collegamento chiave tra la vita pubblica della società e la vita privata dei cittadini» (Jostein Gripsrud);
 - Il broadcasting diventa uno strumento fondamentale per creare o consolidare un'identità nazionale condivisa.