



# CULTURA CONVERGENTE



Analizzando i cambiamenti che stanno avvenendo nei media **mainstream e nei media grassroot** (*quelli dunque prodotti dal basso, grazie a contenuti generati dagli utenti/fan non professionisti*), si evince che non si sta profilando all'orizzonte uno scontro apocalittico tra media diversi, che porterà alla fine della comunicazione di massa, ma si prende atto di quanto la partecipazione degli utenti stia modificando irreversibilmente la maniera di interpretare la comunicazione.

Essendo il potere dei mass media nell'amplificazione dell'informazione, mentre quello dei media grassroots nella sua diversificazione, è probabile ed auspicabile che si vada verso una **CONVERGENZA. Solo questa convergenza potrà incoraggiare la partecipazione e lo sviluppo di un'intelligenza collettiva.**

*“Se gettassimo via il potere del broadcasting avremmo solo frammentazione culturale. Il potere della partecipazione non ha origine dalla distruzione della cultura commerciale, ma dalla sua **riscrittura, dalla sua correzione** ed espansione, dall'aggiungervi una varietà di prospettive, poi dal rimetterla in circolo diffondendola attraverso i media mainstream”*  
Henry Jenkins, *Cultura Convergente*



Se gli strumenti di **distribuzione (come carta, Dvd, palmari) tendono a cambiare precipitosamente e a** entrare in competizione tra loro, le forme della **cultura (letteratura, cinema, informazione) non sono** affatto destinate a scomparire. Piuttosto, sono in perenne evoluzione e convivono tranquillamente una accanto all'altra, spesso sovrapponendosi e dando vita a nuove modalità espressive. E' così che, rispetto all'utopia di un supporto unificante (il fatidico coltellino svizzero in grado di «aprire» qualsiasi media), l'attuale scenario sembra muoversi in tutt'altra direzione: **gli strumenti divergono (basti pensare a quanti** apparecchi ci sono nelle case o nelle tasche di tutti noi), **mentre i contenuti tendono a convergere in maniera diffusa.**

*«La convergenza, più che il paradigma della rivoluzione digitale, è la spiegazione più plausibile del cambiamento mediatico» (H. Jenkins)*

A dettare le regole dell'integrazione mediatica non è tanto la tecnologia, ma **la spinta proveniente da un pubblico interessato a interagire maggiormente con i prodotti della propria cultura; una creatività dal basso** spesso marginalizzata ai confini del discorso dominante, eppure capace di appropriarsi in modo originale di molti prodotti destinati a un generico «pubblico di massa».



# CULTURA DI MASSA VS CULTURA POPOLARE

---

- ▶ Cultura di massa indica le modalità di trasmissione attraverso i media di massa
- ▶ Cultura popolare pone l'accento su chi la recepisce



- L'era della convergenza dei media rende possibili **modalità di ricezione comuni, invece che** individualistiche
- Nei media open come internet nessuno sa tutto, ognuno sa qualcosa: la **totalità del sapere risiede nell'umanità**
- L'intelligenza collettiva è dunque la capacità delle comunità virtuali di far leva sulla **competenza combinata dei loro membri. E' una comunità del sapere che consente ai membri** di esercitare un potere aggregato maggiore nelle negoziazioni con i produttori di media (es. Twin Peaks (1991): gli utenti della neonata rete web elaborarono durante la programmazione così tante teorie sul possibile finale, che rimasero delusi dall'esito reale della serie. Nacque la *fan fiction*, dove gli utenti possono creare storie parallele immaginarie con protagonisti di fiction reali, generando talvolta spin off in onda sui media mainstream)
- Comunità on line sono cementate sulla **mutua produzione di conoscenza e dal suo** reciproco scambio (Pierre Levy)



- La convergenza in quanto processo culturale implica una **nuova centralità di utenti e fans (o perlomeno di modalità di interazione con i media che è stata caratteristica dei fans)**
- Gli utenti non sono dei ‘cultural dupes’ ma costituiscono ‘il segmento di pubblico più attivo, che rifiuta di accettare passivamente i contenuti offerti, appellandosi al **diritto di piena partecipazione**
- I film-digitali amatoriali, ad esempio, stanno al cinema come l’etica punk stava alla musica. In quel caso, la **sperimentazione grassroots ha** permesso l’emergere di nuovi artisti, nuove tecniche e nuove relazioni con i consumatori.

*“L’opera deve essere sia  
attrattore culturale (unisce diverse comunità offrendo  
loro un terreno comune) che attivatore culturale  
(stimola attivamente la sua interpretazione,  
esplorazione e  
rielaborazione)” – P. Levy*



La storia delle arti del ventesimo secolo può essere raccontata in termini di una **riemersione pubblica della creatività grassroots, poiché la gente comune prende possesso** delle nuove tecnologie grazie alle quali conserva i contenuti dei media, li annota, se ne appropria e li rimette in circolazione

Probabilmente, questa tendenza ha avuto inizio con la fotocopiatrice e il *desktop publishing*, o forse con la rivoluzione della videocassetta, che ha dato pubblico accesso a strumenti di produzione filmica e ha consentito che in ogni casa ci fosse una videoteca privata

Questa rivoluzione creativa è culminata, almeno per ora, nel **Web. Il lavoro artistico è ancora** più divertente e significativo se diviene **condivisibile con gli altri, e la rete, costruita per la** collaborazione all'interno della comunità scientifica, fornisce un'infrastruttura per la condivisione delle opere casalinghe degli utenti comuni



Esiste una significativa differenza tra **interattività (fruizione di diverse piattaforme e reazione dei consumatori)** e **partecipazione (determinata da norme sociali e culturali).**

E' più aperta e meno soggetta al controllo dei produttori e più a quello dei consumatori)

**DAL COMPUTER COME MEDIUM  
INTERATTIVO AL WEB COME SPAZIO  
PARTECIPATIVO**



Vi è forte necessità di una **NARRAZIONE TRANSMEDIALE** (storia raccontata su diversi media, vedi Matrix. In realtà la stessa storia di Gesù nei Vangeli o Il Signore degli Anelli sono frutto di raccolte frammentate di più fonti messe insieme). La **transmedialità comporta una profondità** nell'esperienza di fruizione che aumenta la motivazione al consumo. Viene sempre più promossa la **co-creazione**. **Non è necessario che un film sia ben fatto**, ma deve permettere ai consumatori di fantasticarvi sopra. Nell'era postmoderna, nessun film può essere guardato con occhi incantati, giacché tutto è già stato visto; il cult è divenuto la modalità consueta di fruizione filmica.

### **Narrazione sinergica grazie alla transmedialità:**

**giocare al gioco di un film** rende l'esperienza più forte di chi vede solo il film. Così è per i forum; il totale è più della somma delle parti.

L'interesse dei registi per la narrazione transmediale si può riassumere nella loro attrazione verso quella tendenza nipponica che l'antropologo Mimi Ito ha definito **MEDIA MIX** (dispersione del contenuto tra più media, e al contempo stimolo dell'ipersocievolezza che incoraggia varie forme di partecipazione ed interazione)



Levy sottolinea la differenza tra **sapere condiviso (informazione ritenuta attendibile e mantenuta in comune dall'intero gruppo)** e **intelligenza collettiva (somma delle informazioni trattenute individualmente dai membri del gruppo e resa disponibile qualora ce ne fosse bisogno)**.

**Gli spoiler dei programmi tv sono un caso pratico significativo. Gli spoiler raccolgono ed elaborano** informazioni, e nel farlo formano una comunità del sapere. Secondo Levy le comunità del sapere avranno un ruolo centrale nel ripristinare la cittadinanza democratica. Al culmine dell'ottimismo parla di esse come mezzo per superare le barriere internazionali, come di una "utopia realizzabile", anche se ci troviamo attualmente in una fase di apprendistato (Gli spoiler creano anche i tele-turisti, pellegrini nelle zone dove girano i serial). Necessità di socializzare le soluzioni dei problemi su scala globale



Le risposte collettive temperano la ricezione individuale delle **comunicazioni di marketing**; le organizzazioni dei consumatori possono far valere richieste ai venditori che non sarebbero accontentate se presentate da singoli individui.

Consumatore non è più un couch potato, ma sceglie cosa come e quando vedere: “You’ve got 3 seconds. Impress me”. Primo esempio di fruizione attiva è stato il videoregistratore, che permetteva di scegliere se vedere o meno gli spot.

Il marketing in un mondo interattivo è un **processo collaborativo in cui l’uomo di marketing aiuta il consumatore a comprare** e il consumatore aiuta l’uomo di marketing a vendere.

Spostando l’attenzione dal consumo alla cittadinanza, anche le modalità di elaborazione del discorso politico sono destinate a mutare pelle: l’ex cittadino «informato» diventa ora un cittadino «monitorante»; la partecipazione inizia ad organizzarsi secondo «affiliazioni di tipo tattico, temporaneo e volontario». Il rischio, sottolinea Jenkins, è che «la democrazia digitale sia decentralizzata, non equamente distribuita, profondamente contraddittoria». Di qui la necessità (che è anche una responsabilità della nostra classe politica) di spingere sul terreno della media-education: il digital divide non riguarda solo l’accesso alla rete, ma anche la capacità di saper decodificare i segnali della cultura convergente e sviluppare le competenze per prendervi parte



Analizzando la campagna via web del candidato Presidente Obama emergono alcuni aspetti che possono aiutarci nella riflessione del ruolo che può giocare Internet nella comunicazione politica e ancor più del ruolo che possono assumere i cittadini in una nuova dimensione che li veda, anche grazie alla rete, protagonisti in una nuova stagione della democrazia partecipativa.

Innanzitutto va sottolineato il fatto che la web campaign ha giocato un ruolo importante, se non decisivo, nel successo di Obama nelle elezioni presidenziali. Senza dilungarmi troppo sul tema mi interessa mettere in luce due prerogative che il sito presentava e che riguardano le possibilità che venivano offerte ai visitatori – sostenitori del candidato:

- ciascuno poteva organizzare sul sito una raccolta fondi e rendersi protagonista nell'individuare un bacino di raccolta, proporre degli obiettivi da raggiungere e dare conto dell'andamento del fundraising ,
- ciascuno poteva aprire un proprio blog in cui proporre e raccogliere idee e proposte per contribuire a sostenere ed articolare la strategia di innovazione e di rinnovamento proposta da Obama.



Non si tratta di novità di poco conto. Di solito, soprattutto in una campagna elettorale, i partiti e i candidati vogliono proporsi e in qualche modo imporsi per la forza delle proprie proposte o, nel caso dei candidati, delle proprie qualità. Tocca all'elettore, se ne ha voglia, di informarsi e di andare a scovare tra i partiti e i candidati quelli che meglio corrispondono ai propri interessi. Per questo i partiti e i candidati sono di solito molto poco interessati a conoscere e a stimolare le soggettività e il desiderio di protagonismo dei singoli o dei gruppi d'interesse, ma sono fortemente motivati ad attrarre e convincere. Nel caso della campagna di Obama c'è un rovesciamento dei ruoli: ai cittadini (o se vogliamo essere più precisi ai sostenitori, agli elettori) è stata offerta la possibilità di diventare protagonisti, possibilità che non avrebbero avuto se avessero trovato sul sito del candidato presidente solamente un numero di conto corrente e manifesti, programmi proposte di governo da condividere o respingere o, al massimo, da commentare sul blog del candidato.



**Partecipare significa poter svolgere un ruolo attivo in un avvenimento o in un processo. In questa** chiave partecipare significa poter influire sull'esito del processo ed è questo il profilo che distingue la partecipazione da altre forme di interazione con cui spesso viene confusa come la comunicazione, l'informazione, il dialogo. L'importanza della partecipazione può essere letta sotto il profilo dell'ampliamento della democrazia - maggiore informazione, maggiore interazione tra cittadini e decisori - ma anche come opportunità per permettere ai cittadini singoli o ai soggetti organizzati di assumere, in una logica di sussidiarietà, ruoli propositivi, deliberativi ed attuativi nei processi di governo e trasformazione del territorio.



Questa prospettiva comporta per le amministrazioni locali e le forze politiche che vogliono ridare slancio alla democrazia e all'innovazione, la necessità che si traggano due obiettivi diversi ma tra loro fortemente correlati:

- dare voce, strumenti e supporto alle iniziative, alle proposte e ai progetti che maturano spontaneamente nella società civile partecipando in modo trasparente e con spirito paritario alla loro costruzione ed attuazione ed assumendo all'interno di questi processi il ruolo di chi si può far carico di assumere nella propria azione politico-istituzionale le esigenze e gli obiettivi che vengono espressi dalla comunità attraverso la partecipazione,
- affermare nelle prassi legislative, pianificatorie e progettuali una sistematica presa in carico della costruzione di percorsi partecipativi che debbono affermarsi come componenti strutturali degli itinerari decisionali, ferma restando la responsabilità costituzionale ed istituzionale degli organismi elettivi nell'assumere le decisioni e nel risponderne.



Bring me Alice's head e la webserie liberamente ispirata al celeberrimo romanzo di Lewis Carroll. La nostra avventura comincia con la puntata pilota, dal 15 febbraio 2013 visibile su youtube. Grazie all'unione di forze e alla bravura di un gruppo di giovani under 30 è stato creato l'episodio 0. Il progetto è nobudget, nessuno dei giovanissimi professionisti che ha contribuito alla realizzazione della puntata ha ricevuto compenso. Purtroppo il progetto è troppo ambizioso per poter continuare senza alcun finanziamento ed è per questo che ci rivolgiamo a voi.

Se la puntata pilota vi ha incuriosito e se avete voglia di appoggiare il progetto vi chiediamo di darci un piccolo contributo per poter continuare la serie. Il costo totale del finanziamento ci aiuterà a coprire le spese.

Cose ne è stato dell'educata e curiosa bambina del romanzo? La nostra Alice è cresciuta e si è stancata della realtà.

Ora vuole tornare nel paese Meraviglie...

Se vuoi cominciare questo viaggio insieme a lei dipende solo da te!



Pagina facebook ufficiale: <https://www.facebook.com/BringMeAlicesHead>

Canale youyube: <http://www.youtube.com/user/InsaniaProject>

### PREMI E RICONOSCIMENTI:

- 1 - Acquisto di 1 quota: ringraziamenti e apparizione nei titoli di coda delle puntate.
- 2 - Acquisto di 5 quote: Tutto ciò che c'è sopra e la copia digitale della soundtrack originale della serie.
- 3 - Acquisto di 10 quote: Tutto ciò che c'è sopra e un backstage con dedica personalizzata.
- 4 - Acquisto di 20 quote: Tutto ciò che c'è sopra e il cofanetto in DVD o BLURAY dell'intera stagione di Bring me Alice's head.
- 5 - Acquisto di 40 quote: Tutto ciò che c'è sopra e un artwork personalizzato con dedica.
- 6 - Acquisto di 80 quote: Tutto ciò che c'è sopra e il proprio nome all'interno dei titoli di testa (in collaborazione con...).
- 7 - Acquisto di 160 quote: Tutto ciò che c'è sopra e l'opportunità di essere produttori effettivi della serie, con relativa posizione nei titoli di testa e di coda, in più invito alla cena di fine lavorazione serie o una giornata sul set durante le riprese.



# PANORAMA MEDIATICO CONTEMPORANEO

---

- ▶ Innovativo
- ▶ Convergente
- ▶ Quotidiano
- ▶ Interattivo
- ▶ Partecipativo
- ▶ Globale
- ▶ Generazionale
- ▶ Ineguale



# SOLA POOL (1983)

---

## ▶ CONVERGENZA

Un processo chiamato « la convergenza dei processi» sta confondendo i confini tra media, anche tra quelli delle comunicazioni punto a punto, come telefono e telegrafo , e le comunicazioni di massa, come stampa, radio e televisione. Un singolo strumento fisico può offrire servizi che in passato erano resi da mezzi separati. Al contrario un servizio che era dato da un unico mezzo oggi può provenire da mezzi diversi. In questo modo si sta erodendo il rapporto uno a uno che esisteva tra uno strumento ed il suo uso.

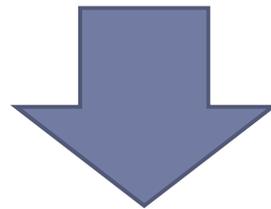


# SURVIVOR

---

Lo **SPOILING** come intelligenza collettiva

Capacità della comunità virtuali di far leva sulla competenza combinata dei loro membri



Comunità del sapere

Potere aggregato maggiore nelle loro negoziazioni con i produttori dei media

**RAPPORTO TRA SPAZIO DEL SAPERE E SPAZIO MERCI**

---

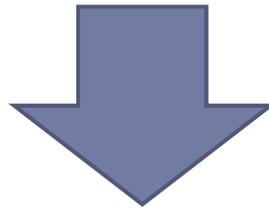


# SURVIVOR: COMUNITA'

---

- ▶ Mutua produzione di conoscenza e reciproco scambio.

Levy « questi gruppi mettono a disposizione dell'intellettuale collettivo l'insieme delle conoscenze esistenti e pertinenti per lui in un dato momento, rappresentando luoghi fondamentali di discussione , negoziazione ed elaborazione collettiva»



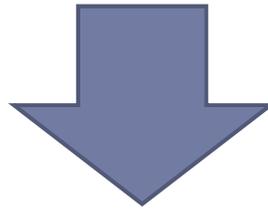
BRAIN TRUST



# SURVIVOR

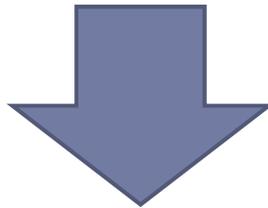
---

- ▶ Intelligenza collettiva come paradigma dell'esperto.



Sourcing

- ▶ Cambia il ruolo dell'esperto nella gerarchia della comunità virtuale



Grassroots /bottom up



# AMERICAN IDOL

---

- ▶ La frammentazione e la proliferazione dei media, nonché il consolidamento degli assetti proprietari, che saranno presto seguiti da una gigantesca separazione di prodotti e servizi; l'erosione dei mercati di massa; la crescita del potere dei consumatori, che ormai hanno un'abilità impareggiabile nel ridiscutere, saltare e sfuggire i messaggi pubblicitari, la tendenza verso la personalizzazione di massa. Heyer, presidente coca cola



# AMERICAN IDOL

---

- ▶ Le emozioni costituiscono un'importante opportunità per entrare in contatto con i consumatori, e soprattutto sono una risorsa inesauribile. Sono sempre lì nell'attesa di essere intercettate da nuove idee, nuove ispirazioni e nuove esperienze.



# AMERICAN IDOL

---

- ▶ Gli utenti:
  - ▶ Zapper
  - ▶ Occasionali
  - ▶ Fedeli
- 
- ▶ I fedeli guardano i programmi, gli zapper guardano la televisione.
  - ▶ Maggior valore attribuito agli zapper



# AMERICAN IDOL

---

- ▶ America idol è strutturato in modo tale da attirare utenti occasionali e zapper con elementi ripetitivi
- ▶ Garantire la possibilità di accesso in qualsiasi momento
- ▶ Riassunti puntate precedenti
- ▶ Ricorrenti profili dei concorrenti
- ▶ Ripresentazione di passaggi chiave
- ▶ Chiudere il programma con suspense
  
- ▶ Archi narrativi più lunghi
- ▶ Processo di serializzazione



# AMERICAN IDOL

---

- ▶ Brand community
- ▶ Brandfest – eventi sociali
- ▶ Osservazione partecipante
  
- ▶ Gossip-intelligenza collettiva



# Osservazione partecipante

---

L'osservazione partecipante è, dunque, una tecnica per la raccolta di informazioni sul comportamento non verbale tipica del paradigma interpretativo. Oltre ad “osservare” e “ascoltare”, il ricercatore ha un contatto diretto e personale con il soggetto studiato: nell'osservazione partecipante il ricercatore si immerge nel contesto sociale che vuole studiare anche per molto tempo, vive con e come le persone che studia, ne condivide la quotidianità, le interroga per scoprire le loro concezioni del mondo e le loro motivazioni all'agire. Ciò gli consente di sviluppare una visione “dal di dentro” che è la base della comprensione.

## **Obiettivi** della tecnica:

- ▶ ricostruire il profilo della cultura che si intende studiare dal **punto di vista dei suoi membri**, individuando la loro visione del mondo, e cogliendo il senso che ciascuno ripone nelle proprie azioni
- ▶ delineare **le regole (anche implicite) che governano l'interazione sociale**, ricostruire la trama che ora unisce, ora oppone, i valori le credenze che abitano la cultura in studio



# Osservazione partecipante

---

- ▶ La tecnica, nata in ambito antropologico fra il XIX e il XX secolo, fu definita esplicitamente per la prima volta da Bronislaw Malinowski nell'**Introduzione** del suo libro “Argonauti del Pacifico Occidentale” (1922). Fino ad allora l'approccio di studio antropologico considerava le popolazioni indigene come “selvaggi primitivi da educare alla civiltà occidentali”.
- ▶ Malinowski mise in crisi questo modello introducendo la necessità di “afferrare il punto di vista dell'indigeno”. Per questo motivo egli trascorse lunghi periodi nelle società primitive della Nuova Guinea vivendo a stretto contatto con gli indigeni e condividendone la quotidianità.
- ▶ Successivamente questo modo di far ricerca non solo fu utilizzato per indagare su specifiche aree di studio delle società moderne ma fu adottato anche da altre discipline come, appunto, la sociologia.



# Osservazione partecipante

---

In sociologia l'introduzione di queste tecniche di ricerca si deve a Robert Ezra Park e alla Scuola di Chicago che negli anni '20 e '30 ne proposero l'impiego negli studi sulla società urbana americana.

«I metodi pazienti dell'osservazione che gli antropologi come Boas e Lowie hanno utilizzato nello studio sulla vita e sui costumi degli Indiani dell'America del Nord potrebbero essere impiegati in modo ancora più fecondo nello studio sui costumi, le credenze, la pratica sociale e le concezioni generali della vita prevalenti nei quartieri di Little Italy nella zona inferiore di North Side a Chicago, o ancora per registrare i costumi più sofisticati degli abitanti di Greenwich Village e del quartiere di Washington Square a New York»

(R. E. Park, 1979)

---



# Osservazione partecipante

---

L'osservazione partecipante può essere applicata allo studio di tutte le attività umane ogni qualvolta si vuole scoprire dall'interno la loro visione del mondo.

## **In particolare, è utilizzata quando:**

- ▶ si sa poco di un fenomeno sociale (ad es. un nuovo movimento politico)
- ▶ esistono forti differenze tra il punto di vista dall'interno e quello dall'esterno (gruppi etnici, gruppi professionali)
- ▶ il fenomeno sociale si svolge al riparo da sguardi estranei (rituali religiosi, vita familiare)
- ▶ il fenomeno sociale è deliberatamente nascosto agli sguardi estranei (comportamenti devianti, sette segrete)



# Campi di applicazione in sociologia

---

Nella ricerca sociologica è applicata in due ambiti:

- ▶ **studi di comunità** ovvero studi che riguardano tutti gli aspetti di vita di microcosmi sociali autonomi territorialmente definiti e dotati di un universo culturale specifico, che investe tutti gli aspetti della vita (es. comunità contadina, piccole città di provincia)
  - ▶ **studi di subculture** ovvero studi che riguardano subculture sviluppatesi all'interno di segmenti sociali di società complesse, che possono rappresentare o aspetti della cultura dominante (cultura giovanile, dei militari, di un partito politico) o essere con essa in parziale conflitto (setta religiosa, minoranze etniche), o addirittura in aperto conflitto (gruppi terroristici, gruppi devianti)
- 



# Campi di applicazione in sociologia

---

Sulla base dell'esplicitazione o meno del ruolo dell'osservatore, è possibile distinguere due tipi principali di osservazione.

- ▶ **Osservazione dissimulata:** l'osservatore si inserisce nella situazione sociale studiata fingendo di essere un membro al pari degli altri senza mai dichiarare apertamente i suoi reali obiettivi e la sua reale identità
- ▶ **Osservazione palese:** l'osservatore dichiara apertamente e immediatamente di essere un ricercatore e di voler far parte del gruppo sociale che intende studiare non per condivisione degli obiettivi del gruppo ma per osservarlo ai fini di studio



# Campi di applicazione in sociologia

---

- ▶ L'osservazione dissimulata trova la sua ragion d'essere nel fatto che sapendo di essere osservato l'individuo potrebbe comportarsi in modo diverso da come fa abitualmente. Adottando l'osservazione dissimulata sarebbe così possibile cogliere l'agire naturale delle persone (paradosso dell'osservatore).
- ▶ A queste argomentazioni si contrappongono quelle di coloro che ritengono che la dissimulazione abbia una serie di controindicazioni di ordine morale: presentare un'identità diversa dalla propria è, infatti, inaccettabile se si considera l'elevato valore morale delle finalità della ricerca.
- ▶ Un giusto punto di incontro consiste nel considerare i due tipi di osservazione come complementari alla ricerca stessa: l'osservazione dissimulata è valida per le prime fasi dell'osservazione; a mano a mano che l'osservatore viene accettato nell'ambiente studiato e la sua presenza diviene consuetudine, le diffidenze si attenuano ed il comportamento degli osservati torna ad essere normale.



# Campi di applicazione in sociologia

---

- ▶ Esistono comunque situazioni in cui l'adozione di un'osservazione dissimulata è necessaria: quando l'ambiente osservato è pubblico, aperto, sarebbe impossibile e quantomeno inutile rendere manifesta l'osservazione.
- ▶ Esempio:
  - ▶ studi sul comportamento delle folle durante le manifestazioni sportive
  - ▶ studi sul comportamento dei giovani nei luoghi di aggregazione (pub)
  - ▶ Se il gruppo da studiare è privato ed esterno all'esperienza del ricercatore e l'accesso è limitato solo a chi possiede determinate caratteristiche, l'osservazione palese è necessaria.
- ▶ Esempio
  - ▶ Studi su comportamento di classi degli istituti superiori
  - ▶ Studi sul comportamento dei giovani all'interno del gruppo di amici



# Campi di applicazione in sociologia

---

- ▶ Uno dei primi e più importanti problemi che il ricercatore si trova a dover risolvere se intende procedere con un'osservazione partecipante è quello dell'accesso al gruppo.
- ▶ Il modo più semplice di risolverlo è ricorrere ad un **mediatore culturale**, ovvero una persona che non solo gode della fiducia del gruppo ma, per le caratteristiche che possiede, è anche in grado di capire le esigenze del ricercatore. Grazie al mediatore culturale il ricercatore viene legittimato e acquisisce credibilità nel gruppo.
- ▶ Ciò però non basta; il ricercatore ha anche la necessità di instaurare rapporti di fiducia con determinate figure del gruppo al fine di ottenere informazioni sul gruppo stesso. Queste figure vengono dette **informatori o testimoni privilegiati**. Essi appartengono al gruppo e sono collocati in posizioni strategiche per la conoscenza dell'ambiente. Il loro ruolo è di supportare il ricercatore anche nelle interpretazioni che egli dà della cultura studiata. Per questo motivo, generalmente, tra ricercatore e informatore si stabilisce uno stretto rapporto personale.
- ▶ Gli informatori si distinguono in:
  - ▶ **informatori istituzionali**: sono soggetti investiti di un ruolo formale nell'organizzazione forniscono, quindi, una lettura del contesto sociale circostante influenzata dalla loro lealtà verso l'istituzione (il parroco, il preside della scuola superiore ecc.)
  - ▶ **informatori non istituzionali**: sono soggetti che appartengono direttamente alla realtà studiata vivendola in prima persona; per questo motivo sono in grado di fornire la loro interpretazione dei fatti e le loro motivazioni all'agire (i fedeli che frequentano la chiesa, gli studenti di una scuola superiore)



# Campi di applicazione in sociologia

---

- ▶ Nonostante sia una tecnica non standard, il ricercatore deve prevedere comunque una selezione di ciò che egli intende osservare. La selezione viene stabilita dalla teoria di riferimento. La ricerca dell'osservatore partecipante non parte da una tabula rasa: egli seleziona gli oggetti di osservazione, decide che cosa chiedere e forgia i suoi interessi nel corso della ricerca stessa.
- ▶ In generale, è possibile distinguere 5 oggetti di osservazione:
- ▶ **il contesto fisico** ovvero la descrizione della conformazione strutturale degli spazi nei quali si sviluppa l'azione sociale; le caratteristiche fisiche sono fondamentali perché sono espressioni di caratteristiche sociali e condizionano, quindi, l'azione sociale
- ▶ **il contesto sociale** ovvero la descrizione dell'ambiente umano come, ad esempio, le persone che frequentano un quartiere, il loro modo di vestire, le finalità dei loro spostamenti di giorno e di notte e così via
- ▶ **le interazioni formali** ovvero le interazioni che avvengono tra individui all'interno delle istituzioni e delle organizzazioni nelle quali i ruoli sono prestabiliti e le relazioni sono regolamentate da vincoli prefissati
- ▶ **le interpretazioni degli attori sociali** ovvero l'interpretazione da parte del ricercatore delle interazioni verbali tra i soggetti del gruppo. Spesso l'interazione può avvenire tra soggetto e ricercatore sotto forma di colloquio informale o di intervista informale
- ▶ **le interazioni informali** ovvero le interazioni che avvengono tra individui all'interno del gruppo nelle quali i ruoli non sono prestabiliti e le relazioni non sono regolamentate da vincoli prefissati. Molto difficili da osservare proprio per la loro informalità, spesso costituiscono il focus dell'osservazione



# Campi di applicazione in sociologia

---

- ▶ Il processo di registrazione dei dati osservati consiste nella stesura particolareggiata di appunti fatta giorno dopo giorno, una sorta di diario quotidiano in cui il ricercatore descrive minuziosamente ciò che ha osservato. Gli appunti non sono il “ricordo” del ricercatore ma nascono dall’interazione tra il ricercatore e la realtà osservata: egli può commentare ciò che descrive ma deve aver cura di separare e chiarire i suoi commenti dalla mera descrizione dei fatti.
- ▶ Tre sono le componenti essenziali della registrazione:
- ▶ la descrizione dei fatti, dei luoghi e delle persone che è essenzialmente oggettiva
- ▶ l’interpretazione data dal ricercatore di questi avvenimenti che è essenzialmente soggettiva
- ▶ l’interpretazione dei soggetti che emerge da frasi ascoltate, da conversazioni informali con l’osservatore o da interviste formali



# Campi di applicazione in sociologia

---

- ▶ L'analisi del materiale è la fase più delicata e complessa perché è in questo momento che si realizza il passaggio dai costrutti di prim'ordine – ciò che si è osservato – ai costrutti di second'ordine – le categorie concettuali della teoria sociologica (Cardano, 1997). Scopo dell'osservazione è, infatti, non solo comprendere dal punto di vista dei soggetti ma anche far emergere aspetti dei quali i soggetti stessi non hanno consapevolezza.
- ▶ L'analisi è allora un processo continuo che si sviluppa nel corso dell'osservazione, un intreccio di osservazione e analisi che consente di produrre, via via, le prime elaborazioni teoriche.
- ▶ Per questo motivo le caratteristiche dell'analisi presentano le caratteristiche della retroattività e della ciclicità: a mano a mano che procede, la riflessione teorica torna sugli elementi osservativi già analizzati, per ri-analizzarli alla luce delle nuove acquisizioni.
- ▶ Questo modo di procedere pone spesso un problema definito da Lofland (1971) **dramma della selezione**: l'iter dell'analisi può essere paragonato ad un imbuto in cui, a mano a mano che si procede, l'analisi stessa si restringe. Ciò implica che il ricercatore è costretto a fare delle scelte via via sempre più drastiche depurando le sue conclusioni dalle osservazioni stesse, una scelta necessaria affinché si mantenga una linea argomentativa efficace.



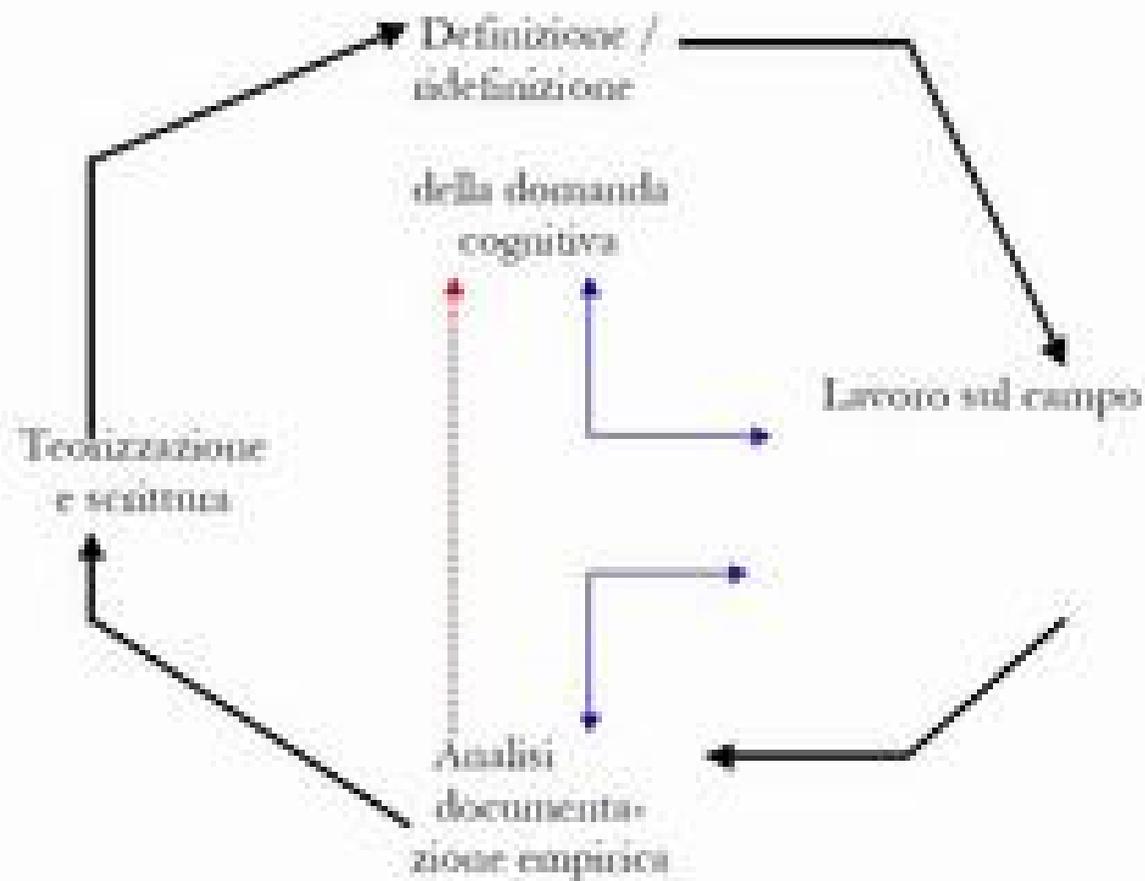
# Campi di applicazione in sociologia

---

- ▶ **Le 3 fasi operative dell'analisi del materiale**
- ▶ **Descrizione:** iscritta nel contesto culturale storico e in una relazione di rapporti sociali, essa è il resoconto sensoriale di ciò che il ricercatore ha osservato, arricchita dei significati e delle interpretazioni. E' un vero e proprio assemblaggio di materiale diverso (narrazioni, interviste, cronache giornalieri, testi di discorsi ecc). La descrizione è il "prodotto" dell'osservazione
- ▶ **Classificazione:** osservando il mondo sociale (fisico e relazionale), l'osservatore individua delle regolarità nel tempo e delle similitudini tra gli oggetti sociali, individua, cioè, dei tipi. I tipi vengono identificati sulla base di valutazioni personali sulla somiglianza/dissomiglianza con un processo mentale di tipo sintetico ed intuitivo. In questo modo il ricercatore costruisce delle classificazioni o tipologie
- ▶ **Dimensioni della tipologia o della classificazione:** questa è una fase analitica nella quale il ricercatore si pone come obiettivo l'individuazione della struttura concettuale della classificazione, ovvero specifica le caratteristiche (dimensioni) che differenziano i tipi precedentemente individuati, pervenendo alle astrazioni teoriche dette tipi ideali. Il modo più comune è di individuare i temi culturali che caratterizzano la società oggetto di analisi, ovvero quei temi-principi che danno significato al tutto (Spradley, 1980)



## Il ciclo della ricerca etnografica



## **Criticità dell'osservazione partecipante**

**Soggettività:** nell'OP tutta la rilevazione viene filtrata dalla percezione del ricercatore e dalla sua capacità di immedesimazione

**Non generalizzabilità dei casi studiati:** L'OP prevede lo studio di uno o pochi casi e quindi i risultati non possono essere generalizzati

**Non standardizzazione delle procedure utilizzate:** l'assenza di standardizzazione delle procedure implica la non ripetibilità degli studi: se cambia il ricercatore cambiano i soggetti e gli ambienti osservati, i modi di osservare, la sequenza degli atti di rilevazione, le pratiche di raccolta dati e le caratteristiche del materiale empirico utilizzato



