

COMPITI E SUDDIVISIONE FONDI TRA LE UNITÀ DI RICERCA  
prot. 2005143350

<b>Coordinatore Scientifico</b>	Alberto ABRUZZESE
<b>Ateneo</b>	Libera Università di lingue e comunicazione IULM-MI
<b>Titolo della Ricerca</b>	Immaginari di transizione tra industria culturale e società delle reti.
<b>Finanziamento assegnato</b>	Euro 100.000
<b>Durata</b>	24 Mesi

## Obiettivo della Ricerca

*Lo scopo della ricerca è quello di fissare lo stato attuale di un processo di crisi e di ricostituzione del legame sociale, tipico dei sistemi postindustriali, già ampiamente codificato dalla sociologia, ma raramente osservato da un punto di vista empirico e analitico. Il punto di partenza, in breve, è dato dall'evidenza di una trasformazione ad ampio raggio, che sta mettendo in discussione i fondamenti stessi delle identità condivise, su tutti i diversi piani dell'esperienza: con la diffusione dei contratti a tempo determinato, nel campo dell'organizzazione del lavoro; con le nuove aggregazione "di movimento", nella vita politica; con il passaggio ai "personal media", ad uso prevalentemente individuale, nel campo della comunicazione; con la frantumazione degli stili, in senso più genericamente culturale. Naturalmente, ogni progetto di ricerca è costretto ad isolare una sola porzione della realtà: per questo, terremo sullo sfondo le questioni più propriamente "strutturali" (economia e organizzazione del lavoro), per concentrarci invece sul triangolo comunicazione-moda-cultura, scegliendo in particolare la comunicazione come campo privilegiato di osservazione. Ci sono due ragioni che, brevemente, possono giustificare questa scelta. Da un lato, le tecnologie della comunicazione costituiscono i principali vettori di mutamento della società contemporanea, gli strumenti di innovazione e di modernizzazione che mettono la società al passo dei più generali cambiamenti della tecnica e del mondo della produzione. Dall'altro lato, le forme della comunicazione (i linguaggi, le situazioni inscenate e ritualizzate, la cultura trasmessa, l'immaginario sotteso) sono però il terreno privilegiato di negoziazione del senso, lo spazio in cui - in una versione appena più laica della grande teoria habermasiana - le identità vengono sottratte alle loro legittimazioni tradizionali, e rimesse in discussione nella dialettica quotidiana. In altre parole, i media sono sia fattori di mutamento (la tecnica) che fattori di integrazione (i frames culturali), e questo spiega forse la loro straordinaria centralità lungo tutta la storia del mondo moderno.*

*A partire da questo presupposto, l'obiettivo del progetto di ricerca è fornire una misura scientifica più precisa di questo processo, attraverso l'analisi di alcuni campi di particolare attenzione: il passaggio dai media generalisti ai nuovi media, preso in esame attraverso una complessa rilevazione "qualitativa" sul pubblico, considerato qui come massima linea di tensione, e come principale questione teorica in agenda; le tendenze della moda, in quanto dispositivo storicamente destinato a mediare tra le identità collettive e le identità individuali; la comunicazione istituzionale, tramite il caso di Firenze, come ipotesi di definizione di una "identità mediale" di transizione tra la tradizione culturale e i nuovi modi della comunicazione digitale.*

## Innovazione rispetto allo stato dell'arte nel campo

*La ricerca si iscrive in uno dei temi più dibattuti della ricerca sociale contemporanea, quello del passaggio dalle identità collettive della cultura di massa alle identità individuali di una nuova fase storica, definita come età dei "nuovi media", in campo comunicativo, ma anche come età del "capitalismo personale", nel campo dell'organizzazione del lavoro. Sia pure con un'attenzione ad ampio raggio ai diversi aspetti di questo processo di "dis-embedding" della struttura sociale (Giddens), il lavoro stringerà poi su quei dispositivi - i media, il sistema della moda, la comunicazione istituzionale - che ne costituiscono l'espressione più chiara, e che con più forza sembrano agire in questa tensione di disfacimento e ricostituzione del legame sociale.*

*Se si parla qui di "disfacimento" e "ricostituzione" del legame sociale (re-embedding, sempre seguendo Giddens) è perché l'obiettivo centrale della ricerca è quello di trovare un punto intermedio tra le due soluzioni estreme - da una parte la tenuta del moderno, e dall'altra la rottura "totale" del postmoderno - annunciate dalla saggistica in questi anni. Un'idea di partenza fortemente ispirata dalla "Teoria dell'agire comunicativo" di Habermas, che sposta l'attenzione sul piano empirico, a partire dalla convinzione che di questa fase di passaggio possa darsi soltanto una definizione pragmatica, e che quindi la ricerca abbia un ruolo essenziale per cogliere lo stato effettivo, concreto, di queste tendenze di trasformazione.*

*Le tracce specifiche di ricerca, e le metodologie che le sorreggono, saranno spiegate più avanti. Per quanto riguarda i presupposti teorici "forti" del lavoro, se ne possono identificare due, validi sostanzialmente per l'intero percorso.*

*1. Sulle identità collettive, la base di partenza è data naturalmente dalle "Forme elementari della vita religiosa" di Durkheim, e dalla concettualizzazione della cultura come forma di auto-rappresentazione della società. L'idea che i fatti culturali e comunicativi non abbiano un ruolo strumentale, ma costituiscano un valore centrale nella struttura della società, è infatti il presupposto del lavoro che svolgeremo sulle identità "mediali" costruite dai grandi network generalisti, dalle tendenze della moda, e anche - con un problematico punto di rottura - dalla galassia dei nuovi media ad uso personale, e dalla proliferazione degli "stili" di consumo. A seconda dei campi di applicazione, e degli obiettivi di conoscenza, il paradigma durkheimiano verrà interpretato attraverso queste diverse linee teoriche:*

*- in termini propriamente generali, la lettura di Durkheim sarà di tipo fenomenologico, secondo quell'orientamento teorico che consente di sottrarre la categoria di cultura allo stato di "oggettivazione" e di "fissità" delle forme sociali, e di metterlo invece in azione in una più concreta negoziazione di significato. Un passaggio particolarmente necessario, questo, in una fase in cui la cultura - sottratta all'egemonia dei dispositivi classici del broadcasting e della gestione istituzionale - mostra sempre più la sua*

natura "ideologica" (Mannheim), e svela chiaramente la sua dipendenza dalle tensioni che animano il tessuto sociale;

- sulla stessa linea, e con intenzioni simili, si tenterà un'applicazione del concetto di "rappresentazioni sociali" di Serge Moscovici, che ha riletto la categoria classica di Durkheim in senso socialmente più "attivo", ancorandola ai concreti processi di scambio sociale di cui si anima la storia della cultura;

- in termini di teoria generale della comunicazione, grande importanza ha avuto per noi la lettura habermasiana di Durkheim come snodo essenziale, come "mutamento di paradigma", verso una completa valutazione dell'agire comunicativo;

- in senso storico-politico, infine - visto che un discorso sulle identità è sempre, fatalmente, un discorso "politico" - l'ancoraggio iniziale è costituito dal concetto (anche questo almeno latamente durkheimiano) di "comunità immaginata" di Benedict Anderson. Nel corso della ricerca, sarà interessante valutare sia la tras migrazione delle identità dallo spazio fisico a cui erano state legate (la crisi di senso già discussa da tanta parte dell'antropologia culturale), sia, come nel caso dell'unità di lavoro di Firenze, la possibilità di costituire una sorta di nuova "comunità immaginata" su base telematica.

2. Sulle identità "parziali" degli individui e dei gruppi, il punto di partenza è costituito dai Cultural Studies (soprattutto dalla prima generazione inglese), che hanno saputo rompere il velo dello "spirito del tempo", mostrando come la società sia costituita da una tensione continua, e da uno scontro tra le simbologie e le visioni del mondo di diverse "subculture".

A distanza di qualche decennio dalla loro formulazione, le ipotesi "forti" dei Cultural Studies hanno naturalmente perso una parte della loro attualità, specie se si pensa alla loro interpretazione direttamente "politica" della vita culturale. Per quanto ci riguarda, useremo questo precedente teorico nella convinzione che la "pluralità" dei mondi culturali (che resta una grande conquista teorica della Scuola di Birmingham) non costituisca una forma di eversione alle regole della società complessa (come forse un po' ingenuamente si è creduto), ma che invece la società si costituisca esattamente di questa pluralità. Un approccio particolarmente utile, questo, in un momento di visibile smottamento delle identità sociali, in cui il sistema sembra sempre più costituirsi proprio di differenze, anziché di omogeneità, ma in cui sembra trovare in queste differenze la sua forza, e quella paradossale ragione di tenuta che la nostra ricerca tenterà di individuare empiricamente.

In particolare, infine, esistono due specializzazioni della Scuola di Birmingham che seguiremo: i "media studies", che hanno applicato i principi generali allo studio dei media, e in particolare alle dinamiche di consumo, e i "fashion studies", che, sulla stessa linea, hanno dato nuova linfa alla ricerca sulla moda, intesa qui come cerniera ideale tra massificazione e individualizzazione del gusto.

## **Criteri di verificabilità**

Il programma complessivo della ricerca prevede, in senso molto generale, tre fasi:

- fase di aggiornamento, raccolta bibliografica e documentazione, e di progettazione dell'impianto teorico-metodologico generale, che richiede, almeno in parte, un lavoro coordinato tra le diverse unità di ricerca;

- fase di definizione degli obiettivi, di messa a punto degli strumenti, svolgimento della rilevazione, analisi dei dati, in cui ogni unità di lavoro sarà sostanzialmente autonoma;

- fase di elaborazione teorica, in cui le diverse unità di lavoro torneranno a confrontarsi, sia per scambiarsi i risultati, sia per trarre un sistema organico di spiegazione che possa rispondere all'obiettivo generale della ricerca, e dare una misura della tensione tra crisi e ricostituzione del legame sociale.

Nel primo anno di ricerca, sarà esaurita la prima fase, e avviata la successiva, in modo da dedicare il secondo anno di ricerca esclusivamente alla verifica sul campo, alla parte più propriamente sperimentale, e all'analisi dei dati o delle informazioni raccolte. L'ultimo quadrimestre del programma di lavoro sarà quindi dedicato al confronto tra i risultati emersi dalle diverse rilevazioni, e al lavoro sinottico sui rapporti di ricerca prodotti dalle diverse unità impegnate.

Una spiegazione più specifica del lavoro è articolata, naturalmente, nelle sezioni dedicate alle diverse unità di ricerca; qui, invece, si possono delineare i tratti fondamentali delle diverse fasi, per come verranno complessivamente affrontati nell'insieme del percorso di ricerca.

### *Fase 1.*

Il primo periodo della ricerca è diviso in una fase di documentazione e in una di progettazione, in cui verranno messe in campo le competenze sia teoriche che tecnico-operative. Naturalmente i contenuti del lavoro variano a seconda delle unità di ricerca, ma, in termini di procedura generale, l'attività sarà organizzata in questi passaggi.

- Ricerca bibliografica, utile per completare la documentazione, e costruire una mappatura davvero completa dello stato della saggistica e della ricerca sociologica sui temi in questione. Per ragioni di completezza, questa rilevazione sarà condotta come una ricerca di archivio, attraverso la consultazione di banche dati (Isbn, Opac, cataloghi di biblioteche sia italiane che straniere). Riteniamo infatti necessario non soltanto una padronanza teorica del tema, ma anche una piena conoscenza di tutte le varianti e le sfumature che ha assunto nella ricerca sociale recente e contemporanea, in modo da isolare più chiaramente le variabili su cui operare la rilevazione.

- Meta-ricerca, organizzata con lo stesso scopo e con procedure simili alla ricerca bibliografica. In questo caso, l'interesse è quello di acquisire tutti i precedenti di rilevazione empirica che siano pertinenti e interessanti per le diverse aree del nostro lavoro. Per i diversi temi del sistema dei media, della moda e della comunicazione istituzionale (con una ovvia divisione di compiti tra le diverse unità nella fase di documentazione, ma con uno scambio sistematico dei risultati acquisiti) sarà insomma necessario prendere atto dei lavori di ricerca che sono già stati svolti, con scopi sia di ordine teorico che di ordine metodologico. In termini teorici, servirà a raccogliere i risultati già noti, in modo da isolare le domande a cui è ancora necessario trovare risposta, e separarle da quelle già risolte, ma anche in modo da costruire una modellizzazione dei dati che funzioni da precedente, ma anche da guida per la rilevazione che si svolgerà in seguito. In termini metodologici, sarà utile verificare con quali strumenti e con quali regole sono state svolte le ricerche più significative, in modo da adeguare successivamente gli strumenti agli scopi di conoscenza, e costruire un protocollo di lavoro che poggi su basi già solide.

- Progettazione dell'impianto teorico-metodologico generale, ovvero definizione delle coordinate complessive del lavoro. Questa fase richiede un pieno coordinamento tra le diverse unità di ricerca, necessario sia a condividere e discutere i precedenti analitici raccolti e sistematizzati dai diversi gruppi (in relazione ai diversi temi, ma sempre sottesi alla questione generale della trasformazione delle identità), sia, soprattutto, ad individuare i temi "sensibili" del lavoro. Naturalmente questi temi conosceranno una più concreta definizione operativa nel lavoro dei diversi gruppi, ma è importante costruire (almeno in linea di principio) un

sistema teorico condiviso, in cui le diverse linee di rilevazione empirica possano inscrivere non più solo idealmente, ma in termini davvero effettivi e concreti.

Questa fase di progettazione vive, ancora più nel dettaglio, di questi momenti fondamentali: discussione comune sulla meta-ricerca dei singoli gruppi; isolamento dei motivi teorici principali, ovvero delle questioni essenziali sul tema delle identità che sembrano ricorrere più frequentemente nei diversi settori della moda, delle comunicazioni di massa e della comunicazione istituzionale; rassegna e valutazione delle ricerche empiriche che hanno toccato questi temi, nei diversi settori e con diverse metodologie (analisi quantitativa o qualitativa del pubblico; analisi iconografica e visuale; ricerca di archivio; serie storiche e statistiche); stesura di un protocollo generale di lavoro che, trasversalmente rispetto alle aree di ricerca, individui delle tracce sensibili del processo di trasformazione sociale di cui si discute, e insieme ad esse i metodi e le tecniche di ricerca che fino ad ora si sono mostrati più adeguati ad affrontarli in termini scientifici. Il protocollo teorico-metodologico generale è lo strumento di base - o meglio, la mappa dei temi sensibili e delle metodologie condivise - con cui ogni gruppo di ricerca affronta le particolarità del proprio piano di ricerca.

#### **Fase 2.**

Nella seconda fase del lavoro, fissati gli obiettivi generali, ogni gruppo procede allo svolgimento della propria ricerca, in maniera sostanzialmente autonoma. Di questa fase, com'è ovvio, al momento si possono individuare soltanto i passaggi generali, che ogni unità di lavoro intenderà rispetto ai propri obiettivi:

- definizione degli obiettivi "concreti" di conoscenza, stesura del protocollo di lavoro dell'unità di ricerca, e definizione precisa delle proporzioni tra lavoro teorico-bibliografico e lavoro empirico-sperimentale;
- messa a punto degli strumenti di indagine, naturalmente correlati agli obiettivi specifici di conoscenza (tecniche di intervista per la ricerca sul pubblico; ricerca di archivio per i processi storici; ricerca visuale per la trasformazione delle tendenze e degli stili), ma ricavati, e diversamente declinati, dal protocollo generale di lavoro;
- svolgimento della rilevazione e del lavoro bibliografico;
- raccolta e sistematizzazione dei dati;
- stesura del rapporto sulla singola rilevazione.

La fase di progettazione completa il primo anno di lavoro, e la fase di rilevazione, raccolta e analisi dei dati occupa la più parte del secondo anno di ricerca.

#### **Fase 3.**

L'ultima fase della ricerca riguarda il lavoro di analisi dei dati e di elaborazione teorica: sia i contenuti, che per certi aspetti le modalità del lavoro, dipendono naturalmente dall'andamento della rilevazione e dalla concreta articolazione del progetto delle singole unità (ad esempio, i risultati della fase documentazione di sfondo possono rendere necessaria un'indagine sul pubblico più o meno standardizzata, a seconda dei valori emersi, e quindi l'uso di tecniche di intervista più o meno strutturate, una diversa possibilità di modellizzazione dei dati, una estensione variabile del campione o gruppo di analisi considerato, e quindi un andamento sostanzialmente diverso della rilevazione).

## **Elenco delle Unità di Ricerca**

<b>Sede dell'Unità</b>	Libera Università di lingue e comunicazione IULM-MI
<b>Responsabile Scientifico</b>	Alberto ABRUZZESE
<b>Finanziamento assegnato</b>	Euro 46.000

## **Compito dell'Unità**

La prima unità di ricerca intende affrontare il processo di mutamento dell'immaginario lavorando sul nesso tra la rottura e la scomposizione dei legami, e il delinearsi di nuove identità, per come viene messo in gioco dal sistema dei media, con particolare attenzione al transito verso i nuovi media ad uso "personale". Nei media è infatti visibile una tensione tra "aggregazione" e "dis-aggregazione", per cui l'analisi dell'industria culturale può dire molto del processo in questione. Il lavoro verrà organizzato su due livelli: 1) Analisi del sistema dei media e 2) analisi del discorso dei media e della sua percezione nel pubblico.

### **1. ANALISI DI FRAME DEL SISTEMA DEI MEDIA**

Qui l'attenzione sarà dedicata allo stato dell'innovazione tecnologica, e al passaggio dalle forme generaliste alle forme individuali o "narrow" del consumo culturale. La linea di ricerca che seguiremo è un'applicazione alle tecnologie della "frame analysis" di Goffman, nella convinzione che i nuovi apparati per comunicare costituiscano un campo di definizione delle delle identità all'interno del quale gli individui regolano la propria vita. I due frames su cui insisteremo, quelli che più sembrano portatori di nuove identità, sono quelli della "bolla" e quelli della "rete": il primo indica l'isolamento del consumatore dall'ambiente fisico circostante, operato dalle tecnologie più recenti (telefono cellulare, su tutti); il secondo, l'inserimento in un nuovo spazio dell'esperienza sociale, e quindi la possibilità di una nuova definizione del legame sociale.

In termini operativi, questo tema verrà studiato su due piani.

- a. In termini di sistema, si ricostruirà la tendenza di diffusione nazionale dei nuovi media, attraverso una lettura sinottica dei rapporti sull'innovazione tecnologica;
- b. In termini di analisi di frame, quindi, verrà condotta una rilevazione qualitativa sulla percezione della realtà e del sé, su soggetti caratterizzati da un uso frequente delle nuove tecnologie. Lo scopo di questa seconda fase è verificare in che modo l'inserimento nei due frames comunicativi (la "bolla" e la "rete") cambi la percezione che gli individui hanno della comunità.

### **2. ANALISI DISCORSIVA DEL SISTEMA DEI MEDIA**

*In questo caso, l'attenzione si sposta dalle tecnologie ai linguaggi; dal modo in cui il self individuale si iscrive nella rappresentazione collettiva del reale (per isolamento, con la bolla, o per aggregazione, con la rete), al modo in cui l'immaginario complessivo dei media può agire sulla percezione individuale.*

*L'analisi sarà organizzata nelle due fasi che seguono.*

*a. Analisi del discorso condotta sui media, per cogliere la proporzione tra rappresentazione "ordinaria" e rappresentazione "straordinaria" della realtà, in modo da delineare un profilo oggettivo dell'emergenza rappresentata dai media generalisti, in particolare dalla e dalla stampa quotidiana (in senso metodologico, verranno selezionati alcuni programmi televisivi e i principali giornali quotidiani, in modo da ottenere un campione tendenzialmente significativo). Il metodo di lavoro applicato sarà l'analisi di frame, questa volta nel senso di Altheide. L'analisi qualitativa sui testi mediatici ci permetterà di verificare come vengono presentati all'opinione pubblica sia i temi ordinari che, soprattutto, i temi di rottura della normalità.*

*b. Anche in questo caso, all'analisi del sistema dei media segue l'analisi del pubblico dei media, che ha lo scopo di rilevare non soltanto in che modo la tensione tra quotidianità ed emergenza viene recepita dagli individui, ma anche e soprattutto se i frames e le tematizzazioni proposte dai media si siano imposti nei medesimi termini e con la stessa forza nel pubblico.*

---

<b>Sede dell'Unità</b>	Università degli Studi di FIRENZE
<b>Responsabile Scientifico</b>	Luca TOSCHI
<b>Finanziamento assegnato</b>	Euro 20.000

### **Compito dell'Unità**

*L'obiettivo della ricerca consiste nell'analizzare le componenti che sono alla base dell'identità comunicativa della città di Firenze. Rispetto al tema generale della ricerca, è di particolare interesse verificare come una forma di comunicazione "istituzionale" possa agire in termini di ricostituzione e nuova definizione del legame sociale, nel momento in cui il mandato comunicativo delle istituzioni sembra messo in crisi da diversi sviluppi di ordine sia culturale che storico-politico.*

*I filoni di ricerca sono essenzialmente tre, legati a tre campi della comunicazione:*

- 1. quella legata ad istituzioni, enti, aziende, fortemente caratterizzante l'identità di Firenze;*
- 2. quella che si riferisce ad avvenimenti che hanno segnato la storia di questa città sotto il profilo dell'immaginario;*
- 3. quella che rimanda a manufatti simbolici caratterizzanti nella costituzione dell'identità complessiva.*

*A titolo puramente esemplificativo, queste tre tipologie potranno essere rappresentate da:*

- 1. La Biblioteca Nazionale Centrale di Firenze. Testo dei testi, rappresenta un tassello importante dell'immaginario legato alla città. Libro dei libri, memoria delle memorie, è un'entità che bene rappresenta la dimensione documentaria e di ricerca per un segmento certo piccolo ma culturalmente forte della comunità internazionale.*
- 2. L'alluvione che nell'autunno del 1966 invase la città di Firenze: paesaggio, economia, antico, moderno: tutto andò al buio e l'acqua s'impossessò di Firenze. La televisione con le sue immagini 'rimediò' la città d'arte, dal cittadino comune alle porte del Paradiso sconquassate dalla piena, mostrandola come mai era accaduto al mondo intero. In quell'occasione nacque una nuova città, che molti conobbero sullo schermo del televisore, presentata da uno degli attori più noti del tempo (Richard Burton) e da un regista non meno noto (Franco Zeffirelli).*
- 3. Il David, un'icona del Rinascimento fiorentino, allora simbolo così carico di valori politici e ideali, oggi è diventato un gadget prodotto nell'estremo oriente incerto fra copia ed originale.*

*Ma l'esemplificazione potrà articolarsi anche nel seguente modo:*

- 1. L'Istituto degli Innocenti, un luogo della pietas internazionale ma anche dell'intervento sociale e politico.*
- 2. Il Meeting della pace dell'autunno del 2003, un evento che ricongiunse la cultura della pace legata a figure fiorentine' come Giorgio La Pira, padre Balducci, don Milani, al più recente movimento della cultura locale.*
- 3. Marchi di risonanza internazionale come quelli espressi dal mondo della moda.*

*Pare importante rilevare che la ricerca, mentre cercherà di individuare le realtà più forti legate alle dinamiche simboliche dell'identità comunicativa di Firenze, in una prospettiva fortemente storica, mirerà al tempo stesso a valorizzare l'analisi empirica in termini di costruzione di paradigmi che vadano oltre il caso, eccezionale certo ma pur sempre specifico, di Firenze. Una strategia non costruita sui due tempi (prima l'analisi poi la sintesi metodologica) ma piuttosto su un'incessante circolarità, secondo una prospettiva di sviluppo e di evoluzione continui di entrambi i termini.*

*L'obiettivo quindi sarà quello di elaborare un'ipotesi di paradigma per l'identità comunicativa, in cui grande attenzione sarà data alla specificità dei new media. In particolare lo studio sarà concentrato su come le tecnologie di Internet combinate a quelle del "mobile", nei suoi vari "devices", non solo telefonici, possano contribuire a riscrivere sia la dimensione immaginaria della città che quella fisica.*

---

<b>Sede dell'Unità</b>	Università degli Studi di URBINO "Carlo BO"
<b>Responsabile Scientifico</b>	Bernardo VALLI
<b>Finanziamento assegnato</b>	Euro 24.000

## **Compito dell'Unità**

*L'unità di ricerca di Urbino intende approfondire i rapporti tra l'aggregazione dell'immaginario, tradizionalmente creato dal cinema, e la riaggregazione degli effetti dovuti al "sé". L'immaginario individuale infatti diventa importante quando ritrae i flussi delle conoscenze delle "reti" sociali.*

*La definizione del campo di indagine verrà fatta in collaborazione con l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (ANICA) che ha dato la sua preventiva disponibilità a collaborare al progetto di ricerca nella persona del suo direttore del servizio comunicazioni. La società fornirà indicazioni sui movimenti dei "frames" giovanili più importanti e sarà parte integrante nella stesura dei questionari. Il quadro d'insieme sarà definito da un pubblico omogeneo per classi di età e per interessi, in prevalenza composto da studenti universitari. L'indagine sarà effettuata attraverso interviste condotte con il metodo dei questionari strutturati.*

*L'obiettivo è quello di evidenziare il passaggio veicolato dal tradizionale immaginario cinematografico ai new-media e cioè la televisione, l'informatica digitale e la fruizione personalizzata attraverso cassette e Digital Versatile Disc (DVD) scaricabili anche da internet.*

*Si tratta di rilevare come i giovani, in prevalenza studenti, percepiscono e vivono l'immaginario cinematografico nel momento in cui il cinema ha perso il proprio supporto, gran parte della propria identità e viene veicolato dai cosiddetti nuovi media che ne cancellano i tratti originali. L'immaginario che proviene dal cinema ha ormai una lunga storia. Infatti rappresenta forse la prima organizzazione di immagini collettive che ha un rapporto diretto con il pubblico. Questo primato sembra essere messo in crisi dall'avvento dei new-media. La grande stagione del cinema italiano degli anni 50-70 ha creato suggestioni e fenomeni di costume rilevanti.*

*Con l'avvento dei new-media più specifici e cioè le tecniche digitali e informatizzate il cinema assume un aspetto legato alla mediazione del sé che le tecniche digitali permettono. Il rapporto realtà-immaginazione viene giocato sempre più sulla consapevolezza che esiste una realtà virtuale incaricata di trasformare gli effetti dell'azione. Il rapporto con queste mediazioni trasforma completamente la fruizione. Soprattutto le giovani generazioni rispondono in modo molto diverso a questi cambiamenti.*

---

<b>Sede dell'Unità</b>	Università degli Studi di ROMA "La Sapienza"
<b>Responsabile Scientifico</b>	Paola COLAIACOMO
<b>Finanziamento assegnato</b>	<b>Euro</b> 10.000

## **Compito dell'Unità**

*La base di riferimento di questo lavoro è costituita in primo luogo dagli studi prodotti dal Centre for Contemporary Cultural Studies di Birmingham, e soprattutto dal volume *Resistance through Rituals* del 1975. E' in quel testo seminale che viene inizialmente elaborata la nozione di "stile" come antimoda: come deliberata resistenza, cioè, all'effimero della moda da parte delle subculture metropolitane. La ricostruzione del "fenomeno" Italia quale risulta da Nicola White, *Reconstructing Italian Fashion* (2000) e John Foot, *Milan Since the Miracle* (2001, trad. ital. Feltrinelli 2001), viene affiancata alle più importanti ricostruzioni storiche della situazione italiana prodotte in questi ultimi anni, quali Buttazzi G. e A.M. Molfino, *La moda italiana: dall'antimoda allo stilismo Electa*, Milano 1987, G. Buttazzi, *Per una storia della moda pronta* (1991), M. Gastel, *50 anni di moda italiana* (1995), S. Segre, *La moda. Un'introduzione* (2005).*

*Questo lavoro si articola secondo una doppia scansione. Un primo aspetto riguarda la ricostruzione, su base documentaria, di alcuni passaggi chiave legati alla nascita della moda pronta italiana soprattutto negli anni '70 del Novecento, vista anche nel suo rapporto comparativo con il mondo anglosassone (UK e USA) al quale superficialmente si richiamava. Ma il punto fondamentale di questa prima parte resta l'esplorazione di quei passaggi culturali che - presso alcuni dei maggiori intellettuali a partire dal secondo dopoguerra (ad es. Pavese, Pasolini, Calvino) - evidenziano così l'impegno come la resistenza ad assumere pienamente i temi "moda" e "stili di vita" come significativi all'interno della loro pratica espressiva. Esiste un ovvio parallelismo di queste tematiche con il cinema, che non potrà non rientrare nell'ambito della ricerca.*

*L'altro aspetto di primario interesse per questa ricerca consiste nell'identificazione dell'ambito disciplinare che si potrebbe definire della "curatela" della moda, almeno relativamente al periodo trattato. Questo comporterà un lavoro particolarmente delicato, dato che gli archivi di alcuni tra i maggiori e più famosi stilisti, tra quelli che precocemente tentarono la via della diffusione di serie, come ad esempio Simonetta, sono perlopiù dispersi o di molto difficile accessibilità: riprova ulteriore della scarsa considerazione culturale già attribuita al fenomeno moda. Per quanto riguarda le sperimentazioni dei designer più radicali, il loro corpus testuale è tutto da ricostruire, data l'esiguità dell'analisi culturale ad essi dedicata.*