

# SOCIOLOGIA ALLA PROVA

*Collana diretta da Francesco Mattioli*

4

*Direttore*

FRANCESCO MATTIOLI  
Sapienza – Università di Roma

*Comitato scientifico*

MARIO MORCELLINI  
Sapienza – Università di Roma

PAOLO MONTESPERELLI  
Sapienza – Università di Roma

DOUGLAS HARPER  
Duquesne University

# SOCIOLOGIA ALLA PROVA

*Collana diretta da Francesco Mattioli*



*Raccogliere la sfida di spiegare scientificamente la società significa,  
per il sociologo, saper guardare innanzitutto dentro sé stesso*

— Alvin Gouldner

La sociologia è chiamata a raccogliere almeno due sfide nel XXI secolo: da un lato, rafforzare la spinta a proporsi come scienza, con un apparato teorico e metodologico in grado di fornire conoscenza; dall'altro e di conseguenza dimostrare la capacità di interpretare le complesse dinamiche della società contemporanea, i suoi modelli di sviluppo, le sue istanze etiche e di cambiamento, le sue forme di comunicazione, le sue prospettive future di fronte ai grandi problemi dell'umanità, ambiente, qualità della vita, democrazia, rapporti interetnici e interculturali, inclusione sociale. La collana intende aprirsi a una prospettiva interdisciplinare e, oltre ad ospitare i contributi di studiosi ormai affermati nel panorama nazionale e internazionale, intende avvalersi dei lavori di giovani ricercatori in grado di offrire nuovi stimoli e nuove prospettive di indagine nelle scienze sociali. Essa, inoltre, intende caratterizzarsi per l'adozione, accanto al linguaggio scritto, anche delle immagini, che — in forme assertive o simboliche — assumono ormai un'importanza crescente nella comunicazione umana.



Paolo Parmeggiani

## **Strategie di seduzione mediale**

Il fascino del potere e dell'antipolitica in House of Cards





Aracne editrice

[www.aracneeditrice.it](http://www.aracneeditrice.it)  
[info@aracneeditrice.it](mailto:info@aracneeditrice.it)

Copyright © MMXX  
Gioacchino Onorati editore S.r.l. – unipersonale

[www.gioacchinoonoratieditore.it](http://www.gioacchinoonoratieditore.it)  
[info@gioacchinoonoratieditore.it](mailto:info@gioacchinoonoratieditore.it)

via Vittorio Veneto, 20  
00020 Canterano (RM)  
(06) 45551463

ISBN 978-88-255-3039-1

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,  
di riproduzione e di adattamento anche parziale,  
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie  
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: aprile 2020

I never wanted the bad guy to win until I met Frank Underwood.

QuietstormRB, *Youtube*



# Indice

- 11 *Introduzione*
- 15 **Capitolo I**  
*La metodologia d'analisi*  
1.1. L'approccio sociosemiotico, 15 – 1.2. Lo specifico televisivo dalla paleo alla post televisione: il ruolo della evoluzione tecnologica e dei modelli di consumo, 20 – 1.3. Computer Assisted Qualitative Data Analysis con Transana, 27
- 35 **Capitolo II**  
*Le narrazioni della politica*  
2.1. La storia, le news e le storie, 35 – 2.2. La dottrina machiavelliana, 43
- 45 **Capitolo III**  
*Le strategie della credibilità*  
3.1. I regimi di visibilità, 45 – 3.2. La modalità visiva secondo la sociosemiotica, 48 – 3.3. I rapporti interpersonali tra pubblico e privato, 60 – 3.4. Gli aforismi didattici, 66
- 69 *Conclusioni*
- 73 *Appendice*  
Scena 2, 73 – Scena 5, 74 – Scena 6, 75 – Scena 8, 76 – Scena 9, 76 – Scena 11, 77 – Scena 17, 78 – Scena 19, 78 – Scena 18, 79 – Scena 24, 79 – Scena 27, 81 – Scena 29, 82 – Scena 37, 82 – Scena 38, 83 – Scena 42, 84 – Tematiche divise per scene, 84
- 87 *Bibliografia*



## Introduzione

Un commento può forse sintetizzare il punto di partenza di questa ricerca<sup>1</sup>. Scrive un certo QuietstormRB, aggiungendo la frase in calce ad una selezione di scene tratte da *House of Cards* diffuse da YouTube: «I never wanted the bad guy to win until I met Frank Underwood». Questa dichiarazione rappresenta l'ammissione di uno spettatore che, assieme a migliaia di altri fan e *followers*, ha subito una sorta di plagio psicologico. È palese che il personaggio che rappresenta la politica al massimo livello (Frank Underwood è il Presidente degli Usa) sia un sociopatico e le sue azioni abbiano una valenza etica totalmente negativa (è il *bad guy* della fiction), ma nonostante questo il suo comportamento è in grado di sedurre lo spettatore<sup>2</sup>.

*House of Cards - Gli intrighi del potere* è una serie televisiva prodotta da Netflix e trasmessa online dal 2013 al 2018. È stata scelta come caso studio proprio in quanto luogo privilegiato «per comprendere i desideri e le proiezioni, le elaborazioni e le aspirazioni di un immaginario popolare della politica in cui i confini tra realtà e finzione sono da tempo mescolati»<sup>3</sup>.

In estrema sintesi può essere definita un political drama che propone allo spettatore un patto pedagogico. Il piacere della visione è proporzionale all'esercizio di applicare quelle competenze sociali che permettono all'audience di distinguere tra le rappresentazioni mediatiche della politica, le strategie di potere messe in atto dai personaggi e le modalità di relazione interpersonale. Per apprezzare lo spettacolo lo spettatore dovrà distinguere tra le diverse sfumature di realismo, di verosimiglianza

---

<sup>1</sup> Una prima versione dell'analisi è stata pubblicata su P. PARMEGGIANI, Il disvelamento della politica in *House of Cards*. Un approccio sociosemiotico multimodale, in «Series-International Journal of TV Serial Narratives», 2017, 2, pp. 14.

<sup>2</sup> È indubbio che siano state anche le altre scelte narrative, recitative e registiche a far ottenere a questa serie televisiva l'altissimo indice di gradimento tra i critici (si tratta della prima serie TV distribuita online a ricevere nove nomination ai Primetime Emmy Award) e a contribuire a farla diventare una trasmissione cult per il pubblico, ma in questa sede ci focalizzeremo sul particolare rapporto protagonista – spettatore.

<sup>3</sup> C. DEMARIA, *Political Dramas e drammi della politica in tempi di crisi. House of Cards e dintorni*, in «Between: Rivista dell'Associazione di Teoria e Storia Comparata della Letteratura», 2015, 10, p. 2.

e di calcolata messa in scena, ma sarà il protagonista stesso, nel ruolo di suo tutor, ad aiutarlo a leggere negli eventi.

Le domande di ricerca che hanno indirizzato l'analisi ruotano intorno alle ragioni del successo della serie. Quali sono le ragioni di questa fascinazione? Che ruolo ha il collegamento tra la narrazione di questo political drama e le cronache della situazione geopolitica contemporanea? Quali sono le componenti del linguaggio televisivo che contribuiscono a creare un discorso verosimile, autorevole e seduttivo nei confronti dello spettatore? L'obiettivo di questa ricerca è quindi evidenziare alcune strategie socio-comunicative della narrazione audiovisiva, in particolare quelle inerenti la credibilità delle rappresentazioni che il potere politico e i media mettono in scena nella sfera pubblica.

Questo testo si focalizza in particolare sull'analisi di una specifica puntata; la tredicesima puntata della quarta stagione. L'intera serie è un adattamento dell'omonima miniserie della BBC ispirata ad un romanzo di Michael Dobbs. Jakob Verbruggen è il regista della puntata, mentre Pack Beauregard Willimon che ha adattato il romanzo di Michael Dobbs, è lo sceneggiatore.

La caratteristica peculiare di HC riguarda i temi e i personaggi che sono strettamente in relazione con l'agenda politica rappresentata nell'informazione televisiva e nei social media (dalle elezioni presidenziali USA 2016 alla politica estera mediorientale, dalla lotta al terrorismo alle tematiche di genere).

Abbiamo anticipato come un fattore chiave che ha determinato l'ampio successo di critica e di pubblico della serie stia, a nostro avviso, nel rapporto del protagonista con lo spettatore. Il potere del protagonista Frank Underwood, Presidente degli USA, viene esercitato non solo sugli altri personaggi ma, in forma più seduttiva, sullo spettatore stesso, che pur conoscendone tutti i risvolti negativi, ne diventa il confidente virtuale. Accettando di interessarsi alle vicende e ai suoi metodi eticamente e politicamente scorretti, non ne è solo testimone, ma accetta anche la relazione pedagogica proposta. Seguendo gli ammaestramenti forniti da Underwood nei *camera look* e distinguendo tra diversi livelli di verità e simulazione (il sottotitolo recita *Gli intrighi del potere*) potrà adottare la stessa chiave di lettura e la conseguente strategia politica. Poiché ciò che è visibile (messo in scena dal politico per i suoi potenziali elettori) è dichiaratamente costruito ad arte (sia nelle relazioni private che pubbliche), il protagonista pedagogicamente invita chi guarda ad interpretare i fatti con cinismo. Lo spettatore potrà riconoscere ed

accettare implicitamente la realtà eticamente riprovevole del contesto politico contemporaneo reale a cui si fa riferimento.

Questo lavoro adotta una prospettiva di ricerca qualitativa sul contenuto e, in particolare, una prospettiva socio-semiotica multimodale. L'analisi si concentra sul livello di realismo e credibilità attribuito ai diversi contesti; successivamente vengono analizzate le scelte espressive che utilizzano le multi modalità visuali come indicatori di fotorealismo. In particolare sono investigate, anche con l'ausilio di strumenti digitali e di CAQDAS, le convenzioni adottate dalla direzione della fotografia e del *color grading*<sup>4</sup> in questa produzione televisiva.

---

<sup>4</sup> Durante la postproduzione il processo di color grading permette di alterare (enfaticizzando, riducendo o cambiando radicalmente) numerosi parametri dell'immagine come i toni, il contrasto o le dominanti colorate al fine di ottenere un particolare risultato visivo. Si tratta quindi di una fase strettamente collegata alla direzione della fotografia che riguarda, invece, la ripresa delle scene e il controllo espressivo delle inquadrature (fase di produzione).



## La metodologia d'analisi

### 1.1. L'approccio sociosemiotico

Dal punto di vista metodologico l'analisi si è basata principalmente su un approccio sociosemiotico multimodale. La ragione di questa scelta derivava dalla necessità di coniugare una disamina delle scelte espressive nel testo televisivo con le implicazioni socioculturali e politiche<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Secondo la teoria del rispecchiamento la fiction riflette la società (la coscienza collettiva, le consuetudini e le norme dominanti), mentre la teoria del controllo sostiene viceversa che la letteratura dia forma alla società (R.A. INGLIS, *An Objective Approach to the Relationship between Fiction and Society*, in «American Sociological Review», 1938, 4, p. 526). C'è chi sostiene che questo approccio possa essere traslato al contenuto televisivo delle fiction. Al fine di comprendere la storia e poter immergersi nella narrativa di finzione, il mondo della fiction deve contenere degli aspetti riconoscibili, che lo spettatore reputa attributi credibili perché coerenti con ciò che conosce della realtà sociopolitica: «Fictional entertainment cannot be expected to reflect the factual mechanism of the power struggle, because the objectives of entertainment do not encompass explanation. However, it may hint at them. The political norms, structures, practices e political culture in Germany or the U.S. may serve as background against which the fictional plot develops. So, if anything may be expected to be reflected in fiction, it is the conditions under which political action takes place. This includes norms, structures, practices e political culture. In line with research on representations of social reality, we use “political reality” as an umbrella term to include these aspects, even though this terminological decision might be mistaken to indicate a naïve approach in an epistemological sense». C. NITSCH, C. EILDERS, *Fictional politics on TV: Comparing the representations of political reality in the US-series The West Wing and the German series Kanzleramt*, in «Global Media Journal-German Edition», 2015, 1, p. 56. Per il sociologo tedesco Niklas Luhmann il sistema dei mass media è un insieme di programmi di comunicazione intrinsecamente ricorsivi e autoreferenziali, le cui funzioni non sono determinate dai valori esterni di obiettività o verità, oppure da specifici interessi socio-politici (N. LUHMANN, K. CROSS, *The reality of the mass media*, Stanford University Press, Stanford 2000). Esso dispone viceversa di un codice interno caratterizzato da specifici criteri in base ai quali seleziona le informazioni e le comunica. Si tratta, secondo l'autore, di un sistema autoreferenziale ma che consente alla società di costruire una illusione della propria realtà. La fiction analizzata in questo testo si può intendere come facente parte del sistema dei mass media. In questo saggio con termini come “realtà” o “politica” o “evento storico” ci si riferisce alle informazioni e rappresentazioni culturali che lo spettatore medio apprende attraverso i quotidiani, i telegiornali o i siti web. Si tratta quindi di riferimenti che avvengono sempre all'interno del sistema dei media e che non implicano confronti con altri piani “più oggettivi”. In questo senso le accuse rivolte agli autori da esperti politologi riguardo, ad

Cosa intendiamo per comunicazione multimodale? È risaputo che quando comunichiamo (sia verbalmente in presenza che attraverso dei media) utilizziamo un'ampia varietà di mezzi: oltre alla voce sono rilevanti i gesti del corpo, i movimenti degli occhi, la gestualità, talvolta assieme alla scrittura o alle immagini. Il termine multimodale (piuttosto che multimediale) indica che l'oggetto dell'analisi è la interrelazione tra molti codici comunicativi. Ad esempio nella comunicazione interpersonale sono rilevanti (al fine di interpretare il significato) quegli elementi paralinguistici verbali e non verbali come la tonalità e il volume della voce assieme all'espressione del volto. In questo caso, ad esempio è essenziale analizzare contemporaneamente segnali acustici e visivi.

Nonostante noi viviamo in un mondo di multi-modalità pervasiva<sup>2</sup>, le ricerche accademiche raramente sono state in grado di prendere in esame contemporaneamente il linguaggio verbale, la rappresentazione visiva, i segni specifici dei codici cinematografici. Per comprendere il senso della registrazione audiovisiva lo spettatore (e il ricercatore) devono decodificare contemporaneamente una ampia serie di significanti che, pur appartenendo a codici a sé stanti, creano un significato complessivo coerente. In questo senso essi interpretano una comunicazione multimodale con un «inter-disciplinary approach drawn from social semiotics that understands communication and representation as more than language and attends systematically to the social interpretation of a range of forms of making meaning»<sup>3</sup>.

Come rileva Ruggero Eugeni tra semiotica e sociologia sono sempre esistite delle zone di scambio, che oggi si definiscono come *sociosemiotica*.

Si tratta di una etichetta abbastanza vaga che tende a raccogliere almeno tre tradizioni di ricerca: la socio-sémiotique francese facente capo alla Scuola di Parigi di Algirdas Julien Greimas e dei suoi allievi; la social semiotics di Michael A.K. Halliday e la sociosemiotica critica che trae origine dalle riflessioni di Ferruccio Rossi Landi<sup>4</sup>.

---

esempio ai meccanismi della nomination presidenziale o alle ingenuità dei programmi politici proposti dai candidati, non scalfiscono la credibilità della narrazione.

<sup>2</sup> J. BATEMAN, K.-H. SCHMIDT, *Multimodal film analysis: How films mean*, Routledge, London 2013.

<sup>3</sup> C. JEWITT, *Multimodal methods for researching digital technologies*, in S. PRICE et alii (a cura di), *The SAGE handbook of digital technology research*, SAGE Publications, Los Angeles 2013, p. 250.

<sup>4</sup> R. EUGENI, *Film, sapere, società: per un'analisi sociosemiotica del testo cinematografico*, Vita e pensiero, Milano 1999, p. 122. La sociosemiotica mette insieme campi di studi che

In questa analisi seguiremo la prospettiva di Gunter Kress che (all'interno della tradizione anglosassone ed assieme a Robert Hodge e Van Leeuwen) utilizza il termine di *multimodal social semiotics*<sup>5</sup> i quali hanno analizzato anche i linguaggi visivi (centrali in questo contesto). Sottolineandone la connotazione sociale, l'autore incorpora la nozione di *discorso*, derivante dalla linguistica. Un testo (in questo caso audiovisivo) comunica non solo dei contenuti, ma contiene anche una definizione del contesto comunicativo in cui si svolge. In questo modo detta delle norme pratiche per la sua fruizione e definisce il contesto relazionale in cui si svolge.

Prima di analizzare il programma televisivo, presenterò sinteticamente alcuni concetti sociosemiotici che verranno utilizzati: risorse semiotiche e i frame.

Le risorse semiotiche sono concepite come una connessione tra le risorse rappresentazionali (i segni) e ciò che le persone fanno con esse. Consistono in una serie di azioni, materiali o artefatti che vengono usati per propositi comunicativi. Hanno un significato potenziale basato sull'uso avvenuto in passato e sulle possibilità attuali (*affordance*). Vengono scelte dai comunicatori all'interno di sistemi, devono seguire dei discorsi normativi e seguono delle convenzioni sociali<sup>6</sup>.

Il concetto di *frame* è risultato particolarmente ricco di valore euristico. Viene definito come principio organizzativo per cui una qualsiasi entità di significato (ad esempio un 'testo' o un 'evento') si dà una unità e una coerenza interna, distinguendosi e contemporaneamente stabilendo delle relazioni di senso con le altre unità allo stesso 'livello'<sup>7</sup>. I frame stabiliscono confini tra gli elementi, marcando una estensione temporale e/o spaziale: senza queste cornici non sarebbe possibile

---

riguardano il testo (di pertinenza semiotica) e il luogo delle pratiche sociali e delle azioni concrete messe in atto per la produzione di senso e ricezione (che trascendono quindi i confini della testualità). Si occupa della creazione dei significati, analizzando i mezzi di comunicazione, le rappresentazioni del mondo e le forme che assumono le relazioni di potere. Questa disciplina si pone all'interno degli studi culturali: la sua funzione è spiegare una vasta serie di fenomeni sociali che vanno dalla produzione televisiva al discorso politico, dall'architettura fino alle forme di gastronomia.

<sup>5</sup> R. HODGE, G. KRESS, *Social semiotics*, Cornell University Press, New York 1988; G.R. KRESS, T. VAN LEEUWEN, *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, Routledge, London 1996; T. VAN LEEUWEN, *Introducing social semiotics*, Routledge, New York 2005; G.R. KRESS, *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*, Routledge, London; New York 2010.

<sup>6</sup> T. VAN LEEUWEN, *op. cit.*, p. 285.

<sup>7</sup> G.R. KRESS, *op. cit.*

creare il senso. Naturalmente si tratta di un'operazione culturale: il mondo viene rappresentato secondo gli interessi di chi definisce i frame<sup>8</sup>.

Il sociologo Erving Goffman<sup>9</sup> aveva già definito i frame come strutture e principi di organizzazione, socialmente costruiti che rendono possibile definire (percepire, categorizzare, etichettare) una data situazione. In sintesi rispondono al quesito “cosa sta avvenendo qui?”

La nozione di frame era stata definita da Goffman per indicare il contesto in base a cui, usando un ventaglio di differenti modalità, le persone interpretano ciò che accade nell'interazione. Goffman richiama come esempio ciò che accade in uno spettacolo teatrale. Gli spettatori, conoscendo le convenzioni drammaturgiche sanno che quando sul palcoscenico si apre il sipario e i riflettori si accendono le azioni seguenti avverranno secondo un copione recitato da attori. Il frame “rappresentazione teatrale” è stato marcato da specifici segni. D'altronde anche in una qualsiasi interazione personale, quando il linguaggio corporeo<sup>10</sup> e particolari frasi denotano l'inizio e la fine di una conversazione, gli interlocutori sono generalmente in grado di distinguere, ad esempio, tra un frame di “amicizia” o di “lavoro”. Il frame è dunque definito da una sorta di interpunzione, che marcando una sequenza dei segni, fa comprendere ai presenti che ciò che avverrà segue una serie di convenzioni proprie di quel contesto.

Questo concetto, a partire dalla sociologia della comunicazione è stato rielaborato ed applicato in diverse discipline; oggi viene utilizzato correntemente nei *media and communication studies* e nella sociologia

---

<sup>8</sup> Ivi, p. 149. Secondo Gunther Kress «Framing of various kinds is essential in all decision about punctuation of semiosis and the subsequent fixing of meaning in modal, generic and discursive form». Ivi, p. 122. Inoltre: «Without a frame we cannot know what to put together with what, what to read in relation to what. If we do not know what entities there are, we cannot establish relations between them. We cannot know therefore where the boundaries to interpretation are: we cannot make meaning. (...) A frame defines the world to be engaged with; it excludes and it includes; and in doing that it shapes, presents the world according to the interest and the principles of those who frame». Ivi, p. 149.

<sup>9</sup> E. GOFFMAN, *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Harper & Row, New York 1974.

<sup>10</sup> «For instance, the spatial extent of a gesture, the intonational range of voice e the direction and length of a gaze are all part of the resources for making meaning. The meanings of multimodal signs fashioned from such resources, like the meanings of speech, are located in the social origin, motivations, and interests of those who make the sign in specific social contexts». J. BEZEMER, C. JEWITT, *Multimodal Analysis: Key Issues*, in L. LITOSSELITI (a cura di), *Research methods in linguistics*, A&C Black, London 2010, p. 185.

della politica<sup>11</sup> anche in analisi visuali<sup>12</sup>. In particolare si segnala come Cristina Demaria, analizzando proprio in *House of Cards* l'immaginario popolare della politica, utilizza proficuamente il concetto di *frame* (pur "trasversali" rispetto a quelli qui identificati e in un contesto metodologico diverso). La funzione è descrivere come:

alcune narrazioni seriali di genere politico partecipano alla definizione di frame di riferimento, modelli di memoria e di azione, in sostanza di immaginari, intervenendo così nel modo in cui, da spettatori e, possibilmente, da cittadini, acquisiamo strumenti per interpretare il campo stesso della politica, insieme al ruolo che vi giocano coloro che dovrebbero rappresentarci.<sup>13</sup>

Ai fini di questa analisi<sup>14</sup> abbiamo adottato una distinzione tra livelli *micro*, *meso* e *macro* frame<sup>15</sup>. Abbiamo quindi privilegiato un approccio comune nelle scienze sociali che utilizza il concetto di livelli di analisi per indicare la posizione, la dimensione o la scala di un obiettivo di ricerca<sup>16</sup>.

Applicata alla politica rappresentata dai media, il livello del *macro* frame (livello sociologico globale) insiste sulla dimensione

d'ordine più generale e profondo (ad es., «Guerra fredda», «Guerra al terrorismo globale», (...) articolati in termini dicotomici, secondo codici binari (noi/loro, libertà/terrore, bene/male, sacro/profano, razionale/irrazionale, ecc.), e in quanto cornici culturali preesistenti, latenti e facilmente evocabili.<sup>17</sup>

<sup>11</sup> R.M. ENTMAN, *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*, in «Journal of communication», 1993, 4, pp. 51-58; M. BARISIONE, *Comunicazione e società: teorie, processi, pratiche del framing*, Il Mulino, Bologna 2009; B. VAN GORP, *Strategies to take subjectivity out of framing analysis*, in P. D'ANGELO, J.A. KUYPERS (a cura di), *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*, Routledge, New York 2010, pp. 84-109; R. VLIEGENTHART, L. VAN ZONEN, *Power to the frame: Bringing sociology back to frame analysis*, in «European Journal of Communication», 2011, 2, pp. 101-115.

<sup>12</sup> A. POGLIANO, M. SOLAROLI, *L'analisi dei frame visuali dell'informazione: il caso del fotogiornalismo sull'immigrazione in Italia*, in A. FRISINA (a cura di), *Metodi visuali di ricerca sociale*, il Mulino, Il Mulino, Bologna 2016, pp. 83-105.

<sup>13</sup> C. DEMARIA, *op. cit.*, p. 2.

<sup>14</sup> La sociosemiotica assume che la comunicazione si basa sempre su una molteplicità di modalità interrelate che contribuiscono a determinare il senso; queste multimodalità si differenziano nei diversi frame. Sottolineo come, pur talvolta sovrapponendosi, il concetto di frame non ha valenze temporali coincidenti con quello di scena (definita come unità di spazio e tempo). In alcune scene possono essere presenti diversi frame.

<sup>15</sup> R. VLIEGENTHART, L. VAN ZONEN, *op. cit.*

<sup>16</sup> U. KELLE, *Sociological explanations between micro and macro and the integration of qualitative and quantitative methods*, in «Historical Social Research/Historische Sozialforschung», 2005, pp. 95-117.

<sup>17</sup> A. POGLIANO, M. SOLAROLI, *op. cit.*, p. 88.

Il *meso frame* (livello sociologico di comunità e di tecnologie mediali adottate) prende in considerazione «l'interazione competitiva tra diverse organizzazioni e istituzioni (ad es., giornalistiche, politiche, commerciali) – e quindi orientamenti ideologico-culturali da esse adottati ed espressi».

Infine il livello del *micro frame* (livello sociologico della relazione interpersonale) può riguardare le «interazioni sociali situate (...) su eventi singoli, circoscritti in termini spazio-temporali»<sup>18</sup>.

## 1.2. Lo specifico televisivo dalla paleo alla post televisione: il ruolo della evoluzione tecnologica e dei modelli di consumo

Nel cercare di individuare le qualità specifiche che contraddistinguono la televisione da altri media, in particolare dal cinema<sup>19</sup>, emerge come le ragioni tecnologiche, sociali, culturali modifichino incessantemente quello che identifichiamo come “la televisione”, “il cinema” o “il prodotto multimediale”<sup>20</sup>.

In questo caso adotteremo il concetto di “televisione” circoscrivendola alla sua forma classica, identificandola con una emittente broadcast, indirizzata ad una audience ampia e variegata e con una produzione di tipo generalista. In realtà questa, come molte altre classificazioni, è labile perché il panorama mediale è in continua evoluzione.

Il termine televisione ha diversi significati, che si riferiscono a diversi ambiti e che identificano anche diversi punti di vista da cui analizzare questo complesso fenomeno.

---

<sup>18</sup> *Ibidem.*

<sup>19</sup> Il paragone potrebbe essere applicato anche ad alcuni new media che utilizzano Internet per essere distribuiti (pensiamo, ad esempio ad una videoconferenza su Skype, ad una videochiamata su WhatsApp o ad un canale Youtube). In ogni caso è interessante notare come a determinare le specificità concorrono gli aspetti tecnologici (le potenzialità e i limiti) assieme ad altri fattori che invece attengono al sociale (produzione, pubblico) e al contesto (ad esempio il rapporto che si ritagliano rispetto agli altri media).

<sup>20</sup> Per poter identificare delle differenze, utilizzeremo delle definizioni di *ideal-tipi*. Secondo il sociologo Max Weber l'ideal -tipo «rappresenta un quadro concettuale il quale non è la realtà storica, e neppure la realtà ‘vera e propria’, ma tuttavia serve né più né meno come schema in cui la realtà deve essere sussunta come esempio; esso ha il significato di un puro concetto-limite ideale, a cui la realtà deve essere misurata e comparata, al fine di illustrare determinati elementi significativi del suo contenuto empirico». M. WEBER, *Il metodo delle scienze storico-sociali*, Einaudi, Torino 1958, p. 112.