

Verso una definizione di postspettatorialità: come cambia l'esperienza filmica nel postcinema.

Authors Simona Castellano

sicastellano@unisa.it

Dipartimento di Scienze Politiche e della Comunicazione | Università degli Studi di Salerno

Abstract *Towards a definition of post-spectatorship: how filmic experience changes in the post-cinema era.* This essay aims to reflect around Mario Tirino's book "Postspettatorialità. L'esperienza del film nell'era digitale". In the contemporary mediascape, where the media hybridize and remedy and the (networked) publics play an increasingly active role, the film experience and spectatorship have changed substantially. Mario Tirino's work enters into the merits of these changes, showing how they derive from a combination of factors that have influenced production, distribution and consumption. The merit of the author is to investigate contemporary cinema and changes in the spectatorship by resorting to consolidated theoretical approaches in the sociology of cultural processes and media sociology and to the presentation of empirical cases and analysis of products, forms and media practices, to provide a comprehensive overview and a broaden reflection on the link between the media and the imaginary and, even more specifically, between cinema and the imaginary.

Keywords Publics | Post-spectatorship | Filmic experience | Post-cinema | Mediashock

www.imagojournal.it





Fra le fratture delle formazioni artistiche, il cinema è una delle più nette. Effettivamente, sorge con esso una nuova regione della coscienza. Esso è - per dirla in breve - l'unico prisma nel quale, in maniera intellegibile, significativa e appassionante, si dispiegano all'uomo odierno l'ambiente immediato, gli spazi nei quali vive, attende alle sue faccende, si diverte. In se stessi, questi uffici, queste camere ammobiliate, queste bettole, le vie delle nostre metropoli, queste situazioni e fabbriche sono odiosi, insensati, disperatamente tristi. Piuttosto, così erano e sembravano, finché non ci fu il cinema. Esso ha allora fatto saltare, con la dinamite dei decimi di secondo, tutto questo mondo simile a un carcere così che, adesso, intraprendiamo viaggi lontani, avventurosi, in mezzo alle sue sparse rovine.

Walter Benjamin (1927)

Nel mediascape contemporaneo, in cui i mezzi di comunicazione si ibridano, si rimediano (Grusin, 2004) e i pubblici (Varnelis, 2008; Boyd, 2011; Boccia Artieri, 2012) rivestono un ruolo sempre più centrale e determinante, a mutare in maniera sostanziale è l'esperienza filmica (Frezza, 2013, 2015, 2015b). In particolare, le trasformazioni che hanno attraversato il cinema - inserito pienamente all'interno del panorama mediale digitale, in un rapporto dialogico e talvolta conflittuale con gli altri media - negli ultimi trent'anni (almeno) vanno inquadrare entro un'articolata combinazione di fattori che hanno riguardato produzione, distribuzione e consumo, secondo due ordini di livelli: socio-culturale e tecnologico. È proprio alla luce di questi mutamenti che urge la necessità di ripensare lo statuto spettatoriale, nel suo rapporto con il medium cinematografico, riflettendo sulla condizione di postcinema. A tale scopo il recente volume "Postspettatorialità. L'esperienza del cinema nell'era digitale" di Mario Tirino (2020) risulta particolarmente utile, poiché indaga sul cinema contemporaneo e sui mutamenti dello statuto spettatoriale ricorrendo ad approcci teorici consolidati nell'ambito della sociologia dei processi culturali e della sociologia dei media e alla presentazione di casi empirici e di analisi di prodotti, *forme* e pratiche mediali e di "costruzione sociale dell'identità spettatoriale online" (Tirino, 2020: 19), per fornire una panoramica esaustiva e ampliare la riflessione in merito al legame esistente tra media e immaginario e, in maniera ancor più specifica, tra cinema e immaginario (Abruzzese, 1973, 2001, 2011). Considerazioni centrali all'interno dell'opera sono quelle relative ai media digitali e al modo in cui



la digitalizzazione dei processi e dei contenuti, la convergenza di culture e tecnologie e la rimediazione delle identità e delle relazioni nelle comunità online hanno modificato radicalmente le pratiche comunitarie e individuali con cui viviamo e 'abitiamo' il cinema e, più in generale, i processi socioculturali di costruzione dell'immaginario collettivo. (Tirino, 2020: 19)

Questo contributo ragionando attorno al volume di Mario Tirino ne evidenzia spunti interessanti e snodi essenziali nella definizione di un percorso di studio e di analisi della (post)spettatorialità, partendo da una riflessione sul cinema inteso come dispositivo socio-culturale che rimedia - a partire dal "rapporto dell'uomo con le immagini dinamiche mediate da apparati, ambienti e dispositivi digitali" (Tirino, 2020: 20) - gli immaginari e l'esperienza filmica in un'epoca postmediale.

1. Ripensare lo statuto spettatoriale nell'era postcinematografica

Per comprendere in che modo si è rideterminato lo statuto spettatoriale è opportuno soffermarsi, come fa notare Tirino (2020), sulla concettualizzazione di postcinema, che racchiude il superamento del cinema novecentesco e apre all'inclusione di differenti dispositivi socioculturali, come "modes, practices, forms, storytelling, experiences, and various technologies" (Arcagni, 2015: 204).

Volendo andare più a fondo nella comprensione del concetto di postcinema, è possibile individuare alla sua origine una serie di "trasformazioni medialità in qualche misura connesse alla convergenza tecnologica e culturale" (Tirino, 2020: 17). Convergenza che dà origine a tre effetti da cui indubbiamente scaturiscono - e si concatenano tra loro - molteplici fattori:

- 1) il disfacimento della corrispondenza biunivoca tra infrastruttura materiale e forma di espressione, per cui i contenuti sono veicolabili su più piattaforme (Zecca, 2012); 2) il progressivo radicamento di una cultura partecipativa, basata sulla massiccia interazione dei pubblici connessi, in grado di trasformarsi in co-creatori dei contenuti medialità (Varnelis, 2008); 3) la nascita di conglomerati medialità che incorporano differenti segmenti dell'industria mediale (come Disney). (Tirino, 2020: 17).

È partendo da tali trasformazioni che va letto il progressivo mutamento del cinema e con esso quello che ha riguardato l'immaginario collettivo unitamente alle pratiche individuali di uno spettatore che concettualmente "si frastaglia in una serie di categorie (utente, consumer, prosumer, producer, e altro ancora)" (Tirino, 2020: 22).

Queste considerazioni chiariscono la complessità di un fenomeno che può essere analizzato da un punto di vista teorico, seguendo l'intuizione e il lavoro di Tirino, soltanto mediante una combinazione di discipline differenti: la sociologia dei media e la sociologia dei processi culturali incontrano così gli Audience Studies, la media archaeology, la remix theory, l'antropologia e la filosofia analitica, aprendo a una



riflessione multidisciplinare che aiuti a far luce su un articolato fenomeno (Tirino, 2020).

2. Audience, pubblici e tecnologie mediali digitali tra “mediashock” e “forme culturali”

Il testo di Tirino aiuta a far luce su alcuni aspetti essenziali nel percorso che conduce a una definizione di postspettatorialità. Come emerge dal contributo dell'autore, una riflessione sui mutamenti che hanno attraversato lo statuto spettatoriale, rideterminandolo e ridefinendolo, non può prescindere da una serie di considerazioni sull'incidenza della tecnologia in tale contesto. Tecnologia che, di conseguenza, unitamente a cambiamenti sociali e culturali, ha avuto un'influenza determinante sui pubblici. Anzitutto, occorre precisare come il concetto di pubblici, talvolta usato come sinonimo di audience, apra ad alcune considerazioni che meglio consentono di riflettere attorno al ruolo dello spettatore contemporaneo. Come accennato in apertura, lo spettatore di cinema oggi non fruisce semplicemente di un contenuto audiovisivo, ma partecipa alla costruzione di senso, grazie a una mutata esperienza con il medium cinematografico e a un progressivo avanzamento tecnologico, vivendo di fatto un'esperienza mediale complessa e articolata. In tale scenario, una sistematizzazione degli Audience Studies, che parta dagli albori e con particolare riferimento al consumo filmico e arrivi a un'analisi dello spettatore nel suo rapporto con le tecnologie mediali digitali, appare quanto mai utile per comprendere in che modo è mutata la spettatorialità in un'epoca che abbiamo definito postmediale.

Tralasciando gli approcci che si basano sulla “disparità di potere tra i media e chi ne fruisce” (Tirino, 2020: 102), per comprendere verso quale direzione si muovono gli spettatori odierni è opportuno partire da quelle teorie che riflettono sul ruolo attivo delle audience composte da individui che mettono “in atto processi di costruzione collettiva dell'immaginario, sulla base di pratiche di scambio e interazione simbolica” (Tirino, 2020: 105).

La natura attiva delle audience emerge grazie al radicamento dell'etnografia dei consumi negli Audience Studies, nell'ambito di un quadro teorico arricchito dalla confluenza tra cinque tradizioni di studio: Scuola di Birmingham, teorie della resistenza, gender studies, post-strutturalismo e approccio degli ‘usi e gratificazioni’. Da questo proficuo clima culturale, si apre un quadro teorico fondato sul coinvolgimento dello spettatore, come soggetto sociale articolato e attivato da più fattori, compresi quelli provenienti dalla collocazione sociale e culturale dell'esperienza di consumo mediale. In definitiva, i lavori sulle audience attive si fondano su due punti: 1) l'esperienza mediale coinvolge lo spettatore a più livelli (emotivo, cognitivo) e 2) essa è mutabile, in quanto diversa da testo a testo per lo stesso spettatore e da spettatore a spettatore per lo stesso testo, e perché significativamente influenzata dall'evoluzione delle tecnologie e delle situazioni di consumo (Nightingale, 1996). Questo secondo punto è particolarmente significativo per l'orizzonte di ricerca sulla spettatorialità postcinematografica, in quanto fa risaltare il ruolo fondamentale esercitato



dal rapporto tra utente, dispositivo filmico e contesto, così centrale per la comprensione delle audience contemporanee. (Tirino, 2020: 105-106)

In effetti queste considerazioni, che appartengono a un'epoca pre-digitale, indugiano già su un'esperienza filmica *altra* rispetto a quella della sala, ovvero quella caratterizzata dalla visione di un film su un medium differente, come per esempio la televisione, e dunque all'interno dell'ambiente domestico e al di fuori della sala cinematografica. Ambiente domestico che anima un paradigma come quello della *domestication* (Silverstone e Hirsch, 1992), che fa riferimento all'addomesticamento delle tecnologie da parte degli spettatori, ma che richiama anche la concezione di "'economia morale' della famiglia, intesa come insieme informale di pratiche, routine, valori, credenze e saperi che presiedono allo svolgersi delle attività familiari quotidiane nell'ambito domestico" (Tirino, 2020: 106). Tali considerazioni fanno eco ad alcune delle dimensioni che attraversano il contemporaneo, all'addomesticamento dei mezzi digitali e alla dimensione domestica in cui l'esperienza filmica - sebbene in una continuità con le forme della spettatorialità classica - si cala in un contesto ridisegnato da nuovi sistemi produttivi, distributivi (si pensi a tal proposito a Netflix e ai sistemi OTT) e performativi e nuove tecnologie e per questa ragione viene riscritta secondo modalità che differiscono dall'esperienza di sala. Come si è visto, sebbene la concezione "attiva" dei pubblici non sia frutto di studi e paradigmi teorici recenti e soprattutto nati in epoca digitale, è possibile già rintracciare interessanti risvolti che si ricollegano a pratiche socio-culturali che caratterizzano il nostro contemporaneo e che mostrano un'effettiva partecipazione degli spettatori nei processi filmici a noi coevi. È però con alcune teorie sviluppatesi nel corso del XXI secolo che viene compiuto un decisivo passo in avanti nello studio dello spettatore cinematografico contemporaneo. In questa direzione l'autore analizza una serie di contributi essenziali all'indagine dei pubblici nel contemporaneo: si collocano la teoria della convergenza mediale (Jenkins, 2007, 2008; Jenkins, Ford, Green, 2013) e le considerazioni sulla partecipazione attiva degli utenti in Rete (Boyd, 2011; Boccia Artieri, 2012; Jenkins et al., 2013) che hanno molto a che vedere con lo spettatore di cinema, considerato a tutti gli effetti un consumatore mediale digitale e, in quanto tale, centrale nelle fasi di produzione, distribuzione e consumo. Il merito di Tirino è quello di aver compreso che uno studio sugli spettatori cinematografici non può prescindere da una riflessione più ampia sui pubblici (connessi) dei media in generale e su un'esperienza mediale "totale", eterogenea e *multiforme*. Come fa notare l'autore, "diventa allora indispensabile, per comprendere le audience cinematografiche, unire le riflessioni specifiche sulla spettatorialità filmica a studi più vasti sui pubblici mediali" (Tirino, 2020: 107). I concetti di "diffused audience" (Sorice, 2006; Napoli, 2015; Tirino, 2020) e "extended audience" (Couldry, 2005) aprono così la strada agli studi sui pubblici connessi (Ito, 2008; Varnelis, 2008; Boyd, 2011; Boccia Artieri, 2012), sulla partecipazione attiva degli utenti, che si ricollega a una serie di fenomeni che prevedono un coinvolgimento di tipo emotivo e "comunitario" (si pensi al fandom), e sulla costruzione di un'esperienza



di fruizione, distribuzione e partecipazione che sia *transmediale*¹ e non più riconducibile a un unico medium, come per esempio quello cinematografico.

Partire dagli Audience Studies in una indagine sulla (post)spettatorialità, come proposto dall'autore nella prima parte del volume, consente così di comprendere in che modo è cambiata l'esperienza filmica alla luce delle trasformazioni (sociali, culturali, tecnologiche) che hanno attraversato i pubblici nel loro rapporto con il medium cinematografico – “medium che, primo fra altri, ha incorporato dentro di sé gli effetti della rivoluzione digitale (a partire dai tardi anni Settanta)” (Frezza, 2015b: 4) – e con i media in generale, a disposizione di uno spettatore di fatto anche consumatore/utente.

L'autore nel suo volume introduce in maniera puntuale un concetto importante: il nesso esistente tra pubblici (e quindi tra spettatore contemporaneo) e le tecnologie digitali può configurarsi come un “mediashock” (Amendola, Del Gaudio, Tirino, 2017).

Riprendendo alcune definizioni che fornisce Richard Grusin², Mario Tirino sottolinea come esse possano essere particolarmente utili a uno studio del cinema (e dei suoi pubblici) secondo un approccio socioculturale.

Tra le teorie sociologiche e mediologiche del cinema, infatti, possiamo rinvenire sia contributi dedicati allo studio degli influssi del cinema sul sensorio dello spettatore, sia contributi centrati sulla capacità del medium cinematografico di riconfigurare i modi collettivi di vedere, sentire, concepire il mondo, spesso in contrasto con norme e valori sociali dominanti. A proposito della legittimità di una tale operazione – collegare il concetto di “mediashock” alla storia delle teorie del cinema – conviene ricordare come sia lo stesso Grusin, a disegnare la genealogia di tale concetto ricorrendo agli scritti di studiosi come Walter Benjamin e Marshall McLuhan. (Tirino, 2020: 30)

A determinarsi, riprendendo le sue parole, è un “prolungato ‘mediashock’” (Tirino, 2020: 30), che però va letto a partire da alcune teorizzazioni che affrontano il concetto di “shock” (e di “mediashock”) in relazione alla vita metropolitana (Simmel, 1984), alla riproducibilità tecnica (Benjamin, 1936), al cinema e al movimento conferito alle immagini fotografiche (e quindi fisse) (Kracauer, 1960), alla definizione del linguaggio filmico (Morin, 1956, 1962), grazie al prezioso contributo del pubblico, in grado di alimentare il cinema con i “propri fantasmi [...], propri sogni [...], proprie immaginazioni” (Frezza, 1996: 19), ma anche allo sguardo spettatoriale (McLuhan, 1964). Rispetto a questi shock mediali, però:

¹ Per alcuni dei principali studi sul “transmedia storytelling” si rimanda a H. Jenkins, 2007, 2008, 2009, 2016, 2018; C. A. Scolari 2009, 2012, 2013, 2014.

² In particolare, Tirino fa riferimento alla seconda e alla terza accezione di “mediashock” secondo Grusin e, dunque, secondo tali concettualizzazioni, le accezioni di “mediashock” particolarmente utili a una indagine sullo statuto spettatoriale contemporaneo sono: “2) il modo in cui i media fisicamente generano uno shock nel sistema umano in quanto bio organismo, come essi alterino materialmente la sensibilità corporea umana; 3) la capacità dei media di destabilizzare modelli sociali consolidati, regole pubbliche o la formazione di affettività collettiva, in anticipazione e in risposta all'evolversi delle condizioni materiali e mediali” (Grusin, 2017: 154-155).



il passaggio tra l'era analogica e quella digitale è stato meno traumatico rispetto ad altri ambiti della conoscenza, perché la forma culturale del cinema contiene in sé gli anticorpi rispetto al virus della catastrofe mediale, avendo assorbito, nel corso dei decenni, numerosi 'mediashock' che ne hanno riplasmato continuamente gli assetti. [...] i media digitali operano sulla forma culturale cinematografica 'mediashock' più profondi e radicali di quelli manifestatisi in passato, a tal punto che, mai come negli ultimi anni, ci si riferisce al consumo di immagini in movimento ricorrendo alla categoria concettuale del 'postcinema' - una categoria, cioè, che individua un oltrepassamento del cinema come conosciuto fino alla digitalizzazione. (Tirino, 2020: 55)

Tale "prolungato mediashock", allora, sebbene abbia un debito nei confronti degli shock riconducibili al cinema e appartenenti a un'epoca ancora analogica, va considerato come fa notare Tirino tenendo conto degli sviluppi che l'audiovisivo in generale, da un punto di vista tecnologico, ha fatto registrare (Amendola, 2012), unitamente alla percezione e alla ricezione dei pubblici. A tal proposito, al concetto di "mediashock" può affiancarsi quello di "forma culturale", ove per forma culturale può intendersi "una specifica modalità di stare al mondo, una modalità in cui i fenomeni culturali sono usati per spiegare ed esemplificare le relazioni socioculturali tra diversi attori e sistemi della società" (Tirino, 2020: 40). Seguendo la definizione che ne dà Wessels (2014: 135), in particolare la forma culturale simboleggia un nesso esistente tra le industrie culturali, i contenuti che esse producono e, chiaramente, i pubblici e per questo

il concetto di "cultural form" ci sembra particolarmente adatto a inquadrare gli assetti tecnologici, sociali e culturali che, tra gli anni Venti e gli anni Novanta, il medium cinematografico ha assunto in risposta agli shock medialmente verificatisi in questo lungo intervallo temporale. Nella ricchezza, stratificazione e complessità dei processi trasformativi, le forme culturali vanno intese come configurazioni temporanee del medium cinematografico, in cui la "partecipazione interazionale" di diversi attori - l'industria culturale, gli artisti e soprattutto gli spettatori - determina un momentaneo equilibrio del sistema. Gli shock medialmente rappresentano invece le scosse che, per un fascio di fattori, endogeni ed esogeni, attentano alla stasi del sistema e spingono produttori e pubblico a trovare nuovi assetti soddisfacenti. La prospettiva teorica aperta da Chaney valorizza, in maniera cristallina, il ruolo centrale del pubblico che ha pari dignità degli altri soggetti coinvolti nel modellare, con il consumo e diversi livelli di interazione, il destino delle tecnologie medialmente - un ruolo che [...] la cultura partecipativa dei social media impreziosirà ulteriormente ponendolo al cuore del circuito di produzione culturale. (Tirino, 2020: 40-41)

Tanti sono stati i passaggi cruciali che hanno portato alla ridefinizione di forme culturali, insieme all'insorgere di "mediashock", caratterizzate da un continuo adattamento dell'audience (si pensi, per esempio, all'introduzione del sonoro nel cinema o, successivamente, all'avvento della televisione), in uno stato di continua rinegoziazione di significati, soprattutto nel passaggio dall'analogico al digitale, comprese tutte le conseguenze che una svolta epocale di questo tipo ha avuto in particolare sugli spettatori. Questi elementi hanno determinato inevitabilmente anche alcuni sostanziali cambiamenti nell'esperienza filmica.



3. L'esperienza filmica nell'era postmediale e del postimmaginario

Il volume oggetto di questo articolo invita a riflettere sul mutamento dell'esperienza cinematografica dinanzi ai "mediashock" e alla rinegoziazione delle forme culturali cui è sottoposta. Sostanziali cambiamenti ricadono in quella che viene definita come "era postmediale" che, intesa primariamente da Guattari (1986), vede i media digitali rimediare i media analogici, "provocando una ridefinizione del rapporto tra produttore e consumatore e aprendo nuovi spazi sociali della comunicazione" (Tirino, 2020: 88). L'era postmediale è caratterizzata dalla perdita della fissità dei supporti mediali e dei media – i contenuti trovano spazio, in maniera complessa e articolata, su varie piattaforme comunicative, secondo logiche transmediali –, dalla nascita di una cultura del remix (Navas, Gallagher, Burroughs 2015), da una stringente centralità dei pubblici che concorrono a determinare senso e significazioni, con un ruolo attivo a livello narrativo e produttivo e quindi un elevato livello performativo concernente la *spectatorship*.

In tale contesto l'esperienza filmica, secondo Casetti (2009: 56-57), può essere intesa come:

both that moment when images (and sounds) on a screen arrogantly engage our senses and also that moment when they trigger a comprehension that concerns, reflexively, what we are viewing and the very fact of viewing it. [...] more than film reception – more than an interpretation consumption. It is a situation which combines sensory or cognitive 'excess' (there is something that touches or addresses us, outside the taken-for-granted) to the 'recognition' of what we are exposed to and the fact that we are exposed to it (a recognition which makes us redefine ourselves and our surroundings). An excess and a recognition: it is thanks to these two elements that we 'live' a situation, recuperating contact with what we are viewing; and that at the same time we frame it, giving it a meaning. (Casetti, 2009: 56-57)

Partendo da questa definizione è facile dedurre anzitutto una partecipazione "performativa" dei pubblici che abbinano a un "eccesso" sensoriale il "riconoscimento" di ciò che li circonda. Combinando questi due elementi viene dato un significato all'esperienza che si sta vivendo (Casetti 2009) e, dunque, si comprende come essa sia caratterizzata da "una serie di assetti percettivi, emotivi, relazionali e mediali", come sottolinea l'autore all'interno del volume (2020: 90). Quando tale esperienza è inscritta a livello tecnologico – dentro ogni medium, dispositivo, piattaforma digitale a disposizione – appare chiaro come essi (percezioni, emozioni, relazioni) si riconfigurino in una dimensione partecipativa e comunitaria (Tirino, 2020), tipica degli ambienti di Rete. Leggere tale dimensione filmica alla luce degli studi sulla sociologia dell'esperienza (partendo da Weber, Benjamin e Simmel) si rivela quanto mai appropriato: secondo il testo di Tirino, solo in questo modo si comprende come si strutturava, ieri, l'esperienza spettatoriale e come essa si configura, oggi, alla luce dei



mutamenti suddetti. Il volume allarga l'orizzonte dell'esperienza postspettatoriale a un contesto mediologico più largo, poiché

ogni esperienza mediale – sia essa filmica, cinematografica o di altro tipo – è anche sempre un'esperienza situata, ovvero connessa alle proprietà esperienziali designate dalle connotazioni fisiche, simboliche, culturali e sociali dell'ambiente in cui hanno luogo. (Tirino, 2020: 200)

L'autore a questo punto evidenzia come diventi necessario ricorrere al concetto di "atmosfera" (e "atmosfera mediale") che permette di calarsi in quelle "percezioni sinestetiche e immersive" (Raciti, 2018: 61) che caratterizzano gli ambienti medialità digitali.

In "Postspettatorialità. L'esperienza del cinema nell'era digitale" particolare attenzione viene riservata al ruolo centrale dell'immaginario³ (così come inteso anche da Abruzzese) nel rideterminare l'esperienza filmica. Nell'era postmediale l'immaginario si tramuta però in post-immaginario, "impattando in maniera sensibile sulla sperimentazione audiovisiva e i suoi pubblici" (Tirino 2020: 136). L'immaginario, come sottolinea l'autore, diviene postimmaginario in una dimensione

già oltre il postmoderno e quasi postumana. Il postimmaginario corrisponde alla tessitura estremamente complessa della società mediale contemporanea, in cui si frantumano le barriere tra medium e medium, tra produzione e consumo, tra comunicazione di massa e comunicazione personale, tra produttore e spettatore [...] le soggettività spettatoriali del presente fruiscono e contestualmente alimentano un postimmaginario di moving images, che fluttuano senza soluzione di continuità dal filmico al cinematografico, inglobando e rimediando le culture filmiche tradizionali in pratiche inedite. La nozione teorica di postimmaginario è un ulteriore tassello teorico utile alla descrizione dell'ambiente 'pop', neotribale, immersivo, socializzante, collaborativo e ad alto tasso di impatto emozionale in cui operano i pubblici medialità del nuovo millennio. (Tirino, 2020: 137-138)

Partendo da queste considerazioni, mai più vissuta come semplice fruizione, l'esperienza filmica

comprende sia la visione, sia l'elaborazione culturale tanto del contenuto quanto delle modalità con cui lo spettatore si relaziona al film, rendendo di fatto obsoleti i paradigmi della ricezione e della mera interpretazione. Perché si abbia esperienza filmica occorre che vi sia un'eccedenza, in grado di stimolare i nostri sensi rompendo la monotonia di ciò che diamo per scontato, e un riconoscimento, attraverso cui possiamo manipolare, cognitivamente ed emotivamente, quanto abbiamo percepito e ridefinire noi stessi e l'ambiente che ci circonda. (Tirino, 2020: 147-148)

Il volume, così, riesce ad approfondire il concetto di esperienza filmica, sottolineando come essa vada *oltre la sala*. Nell'epoca del postcinema non ci si limita più a guardare un film in maniera sincronica all'uscita in sala, ma si *consumano* prodotti

³ Per una definizione di "immaginario" si rimanda a P. L. Marzo e L. Mori (2019).



che sono parte integrante e necessaria dell'esperienza filmica (Tirino, 2020): recensioni, contenuti extra, commenti, ecc. Il merito del volume è quello di riflettere sulla riconfigurazione dell'esperienza filmica, un tempo esistente come audiovisione, che, ramificata su più media, diviene esperienza mediale totale, dando vita a diversi fenomeni che Tirino situa all'interno delle "pratiche della spettatorialità postcinematografica" (2020: 202): vedi il second screen (Amendola e Tirino, 2018), le community, il social film, ecc.

Interrogato a fondo lo statuto spettatoriale dell'epoca contemporanea, si riconfigura totalmente il concetto di esperienza: non si esperisce più soltanto il film, ma un insieme articolato e complesso di *dispositivi* e pratiche socio-culturali.

4. Conclusioni

Lo sguardo di Tirino nel suo "Postspettatorialità. L'esperienza del cinema nell'era digitale" riesce a inquadrare la dimensione contemporanea dell'immaginario sociale, scandagliando processi, pratiche socio-culturali e trasformazioni tecnologiche che, attraversando il postcinema, conducono a una nuova definizione di spectatorship.

In particolare, a emergere è il paradigma dello spettatore contemporaneo che si configura oggi come "parte dei pubblici iperconnessi, diffusi, estesi, creativi che spaziano - senza soluzione di continuità - attraverso molteplici spazi fisici, mediali, sociali e culturali del presente" (Tirino, 2020: 173). Un'analisi esaustiva di tale statuto spettatoriale (postcinematografico e postmediale), dal volume analizzato, deve considerare una molteplicità di approcci e fattori che vadano in profondità nella completa rimediazione dell'esperienza filmica.

Tenendo conto di una buona rassegna delle teorie sui media digitali nonché dei *dispositivi* pratici attivati nel contesto mediologico più largo, emerge che

la spettatorialità postcinematografica - che si sostanzia in una serie di esperienze mediali - può essere vista come campo di straordinaria applicazione delle coevoluzioni tra esseri umani, media e tecnologie. In quest'ottica, infatti, possiamo comprendere più a fondo tanto la straordinaria capacità del postcinema (e prima ancora del cinema tout court) di impattare il sensorio umano e influenzarne l'assetto percettivo, quanto la capacità dei pubblici e delle industrie mediali di indirizzare in certe direzioni l'evoluzione della tecnologia che media l'esperienza postcinematografica (sia quella della sala, sia quella di altri ambienti verso cui si estende ciò che prima definivamo esperienza filmica). (Tirino, 2020: 200-201)

Nell'analisi del mutato statuto (post)spettatoriale, l'autore invita il lettore e gli studiosi a riflettere sulla literacy dei pubblici (connessi): gli spettatori sono obbligati a sviluppare, in maniera quasi necessaria, "media literacy e digital literacy. In base al grado di literacy maturato, l'utente mediale può strutturare la propria esperienza filmico-mediale come una performance" (Tirino, 2020: 393). Attraverso il volume di Tirino emerge come sia necessario un certo grado di conoscenze e competenze mediali



per essere parte attiva dell'esperienza filmica contemporanea, integrata con pratiche tipiche della cultura digitale e di quelle trasformazioni che - realizzando un "mediashock" - hanno profondamente rimediata la "vecchia" forma culturale cinematografica.

Bibliografia

- Abruzzese A. (1973), *Forme estetiche e società di massa*, Venezia, Marsilio.
- Abruzzese A. (2001), *L'intelligenza del mondo. Fondamenti di storia e teoria dell'immaginario*, Milano, Meltemi.
- Abruzzese A. (2011), *Il crepuscolo dei barbari*, Milano, Bevivino Editore.
- Amendola A. (2012), *Videoculture. Storia, teorie ed esperienze artistiche dell'audiovisivo sperimentale*, Latina, Tunué.
- Amendola A., Del Gaudio V., Tirino M. (2017), Mediashock. Lo spettatore e la forma culturale del cinema dall'analogico al digitale, *Sociologia della Comunicazione*, Vol. 53, pp. 25-42.
- Amendola A., Tirino M. (2018), Smart(phone) Cinema: iGeneration, Second Screen and Filmic Experience. An Empirical Case in Southern Italy, *Comunicazioni Sociali*, n. 2/2018, pp. 137-151
- Arcagni S. (2015), *Pattern Recognition: The "Postcinema" Seen by William Gibson*, in S. Ercolino, M. Fusillo, M. Lino, L. Zenobi (ed.), *Imaginary Films in Literature*, Brill-Rodopi, pp. 203-212.
- Benjamin W. (2000), *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino, Einaudi [1936].
- Boccia Artieri G. (2012), *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*, Milano, FrancoAngeli.
- Boyd D. (2011), *Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics and Implications*, in Papacharissi Z. (ed.), *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, New York-London, Routledge, pp. 39-58.
- Casetti F. (2009), Filmic Experience, *Screen*, Vol. 50(1), pp. 56-66.



Couldry N. (2005), *The Extended Audience: Scanning the Horizon*, in M. Gillespie (ed.), *Media Audiences*, Maidenhead, Open University Press, pp. 183-222.

D'Aloia A. (2012), *Cinematic Empathy: Spectator Involvement in the Filmic Experience*, in Reynolds D., Reason M. (eds.), *Kinesthetic Empathy in Creative and Cultural Practices*, Bristol, Intellect, pp. 91-108.

Frezza G. (1996), *Cinematografo e cinema. Dinamiche di un processo culturale*, Bologna, Cosmopoli.

Frezza G. (2013), *Dissolvenze. Mutazioni del cinema*, Latina, Tunué.

Frezza G. (2015), *Figure dell'immaginario. Mutazioni del cinema fra analogico e digitale*, Cava de' Tirreni, Areablu.

Frezza G. (2015b), Cinema e società: nodi ancora irrisolti, *Mediascapes Journal*, n. 4, pp. 1-9, Retrieved on: <http://ojs.uniroma1.it/index.php/mediascapes/article/view/13085/12896>.

Grusin R. (2017), *La rimediazione nella tarda epoca del cinema delle origini*, in R. Grusin, *Radical Mediation*, Cosenza, Pellegrini, pp. 31-60, [2004].

Grusin R. (2017b), *DVD, videogame e il cinema delle interazioni*, in R. Grusin, *Radical Mediation*, Cosenza, Pellegrini, pp. 189-219, [2007].

Guattari F. (1989), *L'impatto post-moderne*, *La Quinzaine littéraire*, no. 456, 1-15 février, pp. 20-21.

Itō M. (2008), *Introduction*, in Varnelis K. (ed.), *Networked Publics*, Cambridge-London, MIT Press, pp. 1-14.

Jenkins H. (2007), *Cultura convergente*, Milano, Apogeo [2006].

Jenkins H. (2008), *Fan, blogger e videogamers. L'emergere delle culture partecipative nell'era digitale*, FrancoAngeli, Milano [2006].

Jenkins H. (2009), *Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling*, *Confessions of an Aca-Fan*, Retrieved on 12 December 2009: http://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html.



Jenkins H. (2016), *Transmedia What?*, *Immerse*, Retrieved on 15 November 2016: <https://immerse.news/transmedia-what-15edf6b61daa>.

Jenkins H. (2018), *Foreword*, in M. Freeman, R. Rampazzo Gambarato (ed.), *The Routledge Companion to Transmedia Studies*, New York, Routledge, pp. xxvi-xxix.

Jenkins H., Ford S., Green J. (2013), *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, New York-London, NYU Press.

Kracauer S. (1995), *Teoria del film*, Milano, Il Saggiatore [1960].

Marzo P. L., Mori L. (2019) (a cura di), *Le vie sociali dell'immaginario: Per una sociologia del profondo*, Milano, Mimesis.

McLuhan M. (1967), *Gli strumenti del comunicare*, Milano, Il Saggiatore [1964].

Merleau-Ponty M. (2003), *Il visibile e l'invisibile*, Milano, Bompiani [1964].

Morin E. (1982), *Il cinema o l'uomo immaginario*, Milano, Feltrinelli [1956].

Napoli A. (2015), *Generazioni online*, Milano, FrancoAngeli.

Navas E., Gallagher O., Burroughs X. (2015) (ed.), *Routledge Companion to Remix Studies*, London-New York, Routledge.

Raciti G. (2018), *Atmosfera*, in Tirino M., Tramontana A. (a cura di), *I riflessi di Black Mirror*, Roma, Rogas Edizioni, pp. 61-70.

Scolari C.A. (2009), *Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production*, *International Journal of Communication*, Vol. 3, pp. 586-606.

Scolari C. A. (2012), *The Triplets and the Incredible Shrinking Narrative*, in I. Ibrus, C.A. Scolari (eds.), *Crossmedia Innovations: Texts, Markets, Institutions*, Frankfurt, Peter Lang, pp. 45-60.

Scolari C. A. (2013), *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*, Barcelona, Deusto.

Scolari C. A. (2014), *Don Quixote of La Mancha: Transmedia Storytelling in the Grey Zone*, *International Journal of Communication*, Vol. 8, pp. 2382-2405.



Silverstone R., Hirsch E. (1992) (ed.), *Consuming Technologies*, London, Routledge.

Simmel G. (1984), *La filosofia del denaro*, Torino, Utet [1900].

Sorice M. (2006), *Gli studi sulla televisione*, in Srampickal J., Mazza G., Baugh L. (ed.), *Cross Connections. Interdisciplinary communications studies at the Gregorian University*, Roma, Editrice Pontificia Università Gregoriana, pp. 89-101.

Tirino M. (2020), *Postspettatorialità. L'esperienza del cinema nell'era digitale*, Milano, Meltemi.

Varnelis K. (2008) (ed.), *Networked Publics*, Cambridge-London, MIT Press.

Wessels B. (2014), *Exploring Social Change: Process and Context*, Basingstoke-New York, Palgrave Macmillan.