



Scheda di ricerca dottorale

Nome e cognome	Álvaro Díez Valle
Scuola dottorale	Studi Umanistici. Tradizione e contemporaneità
Ciclo di dottorato	XXXVII
Titolo del progetto di ricerca	Protect the Future: discorsi mediali del XXI secolo per i giovani del XXII
Presentazione sintetica del progetto	<p>Il progetto si propone di esaminare i processi di costruzione degli atteggiamenti e delle opinioni, in particolare rispetto alle tematiche della sostenibilità ambientale, con specifico riferimento ad adolescenti e giovani.</p> <p>L'obiettivo è di mappare i discorsi, le rappresentazioni e le esperienze mediali, in particolare le serie TV, che contribuiscono a posizionare i soggetti rispetto all'ambiente e altre tematiche. Tali dimensioni rivestono un'importanza fondamentale nel determinare lo sviluppo successivo di stili di vita e di sviluppo sostenibili, e dell'atteggiamento del pubblico riguardo diverse altre tematiche di interesse pubblico e sociale.</p>
Background, state of the art e letteratura di riferimento	<p>Questo progetto cerca di aggiornare la bibliografia esistente riguardo l'impatto delle serie TV sul pubblico giovanile e infantile, mettendo enfasi sulle crescenti produzioni delle piattaforme streaming, e specialmente riguardo il mondo della sostenibilità e suoi valori (<i>green</i>).</p> <p>La maggior parte del <i>corpus</i> esistente si focalizza su temi specifici, con poca bibliografia che parli in modo olistico di tutti questi aspetti. Alcuni autori sono più focalizzati sulla <i>narrative theory</i> e lo storytelling, come Emily Moyer-Gusé o Paolo Braga. Altri, come Alessandro d'Arma, hanno scritto sulla TV italiana o sulla TV per bambini. Diversi autori, invece, hanno studiato il rapporto tra i media e la sostenibilità, come Margaret Robertson o Sarah Lubjuhn. Ma praticamente nulla esiste sulle piattaforme streaming e il suo ruolo e impatto nello sviluppo delle nuove generazioni. Neanche su sostenibilità e serie TV. Mancano anche analisi qualitative e approfondite sul pubblico infantile e giovanile, in particolare del mercato italiano, dove c'è un forte bisogno di più di ricerca. Così, nonostante la esistenza di un certo framework teorico, è importante sviluppare studi più olistici che lavorino simultaneamente sul rapporto fra le serie TV delle piattaforme streaming, il pubblico infantile e giovanile, sostenibilità, e storytelling e narrative theory.</p>
Obiettivi, domande, avanzamenti della conoscenza attesi della ricerca	<p>Il progetto si propone di esaminare i processi di costruzione degli atteggiamenti e delle opinioni, in particolare rispetto alle tematiche della sostenibilità ambientale, con specifico riferimento ad adolescenti e giovani.</p> <p>L'obiettivo è di:</p> <ol style="list-style-type: none">ricostruire Il sistema culturale in cui i soggetti sono immersi, attraverso l'analisi degli ecosistemi mediali (mediascape) e dei plessi di rappresentazioni e di narrazioni all'interno dei quali i soggetti costruiscono la propria sensibilità rispetto alle tematiche green, e più in generale al rapporto con l'ambiente.mappare i discorsi mediali, in particolare le serie TV, che contribuiscono a posizionare i soggetti rispetto all'ambiente e altre tematiche. Tali dimensioni rivestono un'importanza fondamentale nel determinare lo sviluppo successivo di stili di vita e di sviluppo sostenibili, e dell'atteggiamento del pubblico riguardo diverse altre tematiche di interesse pubblico e socialeAnalizzare la ricezione di tali immaginari: del loro impatto sul discorso pubblico e sui vissuti dei soggetti



all'interno di tendenze, mode, movimenti, etc.

Nel loro insieme, e soprattutto in interazione, queste 4 direzioni di ricerca appaiono in grado di apportare un significativo contributo al campo disciplinare degli studi sulla sostenibilità e ai meccanismi della sua promozione.

Metodologia della ricerca	<p>LIVELLO A – Ricostruzione del sistema culturale L'analisi procederà attraverso la revisione sistematica delle ricerche già esistenti sulle reti di soggetti (<i>gate keeper</i>, <i>brokers/opinion leaders</i>), discorsi e strumenti attraverso i quali quale i soggetti costruiscono la propria sensibilità e opinione, intorno ai temi chiave della loro vita e con specifico riferimento al tema dell'ambiente; l'analisi poggerà sulle evidenze raccolte nell'ambito del progetto Opinion Leader 4 Future e in sinergia con esso.</p> <p>LIVELLO B – analisi dei discorsi mediali L'analisi dei discorsi mediali sarà condotta prioritariamente su un campione controllato di prodotti destinati elettivamente a un pubblico di minori, con particolare riferimento a preteen e teenagers (10-18 anni). L'analisi si concentrerà sul contesto nazionale, prevedendo tuttavia anche estensioni a livello internazionale, in chiave comparativa. Una particolare attenzione sarà destinata ai prodotti seriali delle piattaforme di streaming. Il corpus di opere sarà definito attraverso un'indagine preliminare multilivello (analisi dei dati di consumo/ascolto, indagini qualitative – attraverso focus group- e verifica estensiva). Le opere saranno trattate attraverso gli strumenti dell'analisi semiotica, narratologica, del pubblico e dell'analisi visuale. Si farà un' speciale enfasi sulla costruzione narrativa (<i>narrative theory</i> e <i>storytelling</i>) dei prodotti mediali analizzati, così come l'analisi del fenomeno del pubblico giovanile e infantile.</p> <p>LIVELLO C – analisi delle esperienze L'analisi dei processi di ricezione, finalizzata alla ricostruzione delle esperienze di fruizione e degli impatti sugli stili di vita (attitudini, valori, comportamenti), sarà condotta attraverso interviste di gruppo e focus creativi, sia in ambito nazionale che internazionale; i focus lavoreranno sul corpus di opere esaminate nel Livello B.</p> <p>LIVELLO D – analisi dei processi di canonizzazione L'analisi si concentrerà su un campione di “affermazioni” emerse dai livelli precedenti di ricerca, e utilizzerà strumenti di text mining e di analisi delle reti al fine di ricostruire i processi di canonizzazione e sedimentazione delle opinioni.</p>
Fasi della ricerca	<p>La ricerca si strutturerà in 4 fasi, corrispondenti ai livelli di analisi sopra menzionati. Essa sarà accompagnata da attività parallele di disseminazione. Fra le attività di disseminazione si prevede:</p> <ul style="list-style-type: none">• l'apertura di un sito web e di profili social associati che diano conto dei risultati acquisiti, anche in modalità open access per quanto attiene i dati del censimento del corpora di contenuti mediali;• l'organizzazione, di intesa con il partner aziendale di cicli di workshop, a partire dal secondo anno, volti a creare sensibilità, far crescere la consapevolezza sulle tematiche ambientali, con particolari riguardo per le generazioni più giovani• l'organizzazione di eventi sul territorio nazionale, di concerto e in collaborazione con il partner aziendale tesi a far conoscere il progetto di ricerca e i suoi risultati e ad alimentare nuovi modelli di formazione e di literacy
Collaborazioni, partecipazione a Convegni, networking di ambito accademico	<p>Affiliazioni NECS. European Network for Cinema and Media Studies CUC – Consulta Universitaria del Cinema Partecipazione a convegni Il progetto prevede un'attività regolare di comunicazione e condivisione dei risultati della ricerca, nell'ambito di convegni scientifici, nazionali e internazionali. <u>Paper accettati</u> Partecipazione alla NECS 2022 Conference col progetto “Representing Female Professionals in Media: The Case Study of <i>Boris</i>” parte del panel <i>Women in the Italian screen industries: Maps, archives, networks for a more equal society</i>, insieme ad altri membri dell'Università Cattolica.</p>



Prodotti della ricerca e altri strumenti di disseminazione accademica (siti, blog, etc.)

I risultati della ricerca saranno comunicati attraverso i consueti canali di diffusione della conoscenza scientifica.

Si prevede nello specifico, la realizzazione di:

- 3 contributi scientifici nella forma di saggi, da presentare a riviste accreditate, di classe A o di rilevanza internazionale
- la realizzazione di una monografica finale che raccolga i risultati del lavoro di ricerca e della tesi dottorale
- Inoltre, il nuovo sito web menzionato sopra sarà anche dedicato alla disseminazione, con prodotti come videosaggi, interviste e articoli

Attività di terza missione e disseminazione extra accademica

Collaborazione con Credito Emiliano nella creazione di un osservatorio di analisi e divulgazione su tematiche sociali, culturali, politiche ed economiche orientate alle famiglie.

Time line complessiva della ricerca

- Gennaio 2022 - Ottobre 2022: Fase iniziale di ricerca, analisi di fonti e studio della bibliografia (in continuo aggiornamento)
- Novembre 2022 - Gennaio 2023: definizione del progetto di ricerca e dei parametri per lo studio del pubblico (campione, zona, età, domande, etc.), ricerca di nuove fonti e strumenti per l'analisi del pubblico
- Gennaio - Maggio 2023: Focus sullo studio dell'audience e raccolta informazione, ricerca qualitativa (prima fase)
- Giugno 2023 - Gennaio 2024: A) Stage presso il dipartimento di comunicazione di Credito Emiliano. B) Studio dei risultati degli studi sul pubblico, ipotetica seconda fase del lavoro col pubblico
- Febbraio - Aprile 2024: A) Ipotetico periodo come visiting PhD in un'università straniera. B) Studio del pubblico e raccolta d'informazione, ricerca qualitativa (ultima fase, nell'estero)
- April - Novembre 2024: Organizzazione delle informazioni e risultati, e stesura della tesi

Riferimenti bibliografici

La ricerca mette in dialogo 4 aree di conoscenze: il dibattito su sostenibilità e media; la ricerca sugli ecosistemi narrativi e sulle forme contemporanee di testualità; la ricerca sui minori e i media; e gli audience studies.

(a) Green studies and media

Janpol, Henry L. & Dilts, Rachel (March 2016) *Does viewing documentary films affect environmental perceptions and behaviors*, Applied Environmental Education & Communication 15 (1), pp. 90-98

Silk, Matthew J.; Crowley, Sarah L., Woodhead, Anna; Nuno, J. Ana. (September 2017) *Considering connections between Hollywood and biodiversity conservation*, Conservation Biology 32 (3)

Takach, Geo (2016) *Scripting the Environment*, Plagrave McMillan

AA.VV. (2021) *The Sustainability Communication Reader. A Reflective Compendium*, Springer

AA.VV. (March 2021) *The Green on Screen Report*, Smart Energy and Goldsmith University

(b) Narrative theory and storytelling

Moyer-Gusé, Emily; Nabi, Robin L (January 2010), *Explaining the effects of narrative in an entertainment television program: Overcoming resistance to persuasion*, Oxford University Press

AA.VV. (2019) *Stories vs. facts: triggering emotion and action-taking on climate change*, Climatic Change volume 154, pages 19–36

Nixon, Rob. (June 13, 2011) *Slow violence and environmental storytelling*, Nieman Story Board

Reinermann, Julia-Lena; Bouman, Martine; Lubjuhn, Sarah; Singhal, Arvind (January 2014) *Entertainment-education: Storytelling for the greater, greener good International*, Journal of Sustainable Development 17 (2): 176 - 191



(c) *Bambini, tweens, giovani e media*

Banet-Weiser Sarah (2008) *Kids rule! Nickelodeon and consumer citizenship* Duke University Press, Durham

Iannaccone Antonio, Arnoldi Piermarco (December 2016), *Piccolo schermo. Che cos'è e come funziona la Children's Television*, «Humanities», anno V, n. 10

Parker James (July/August 2015) *What Tween TV Teaches Our Kids*, *The Atlantic Monthly* vol. 316, n. 1.

Sundet, Vilde Schanke (2021) *Television Drama in the Age of Streaming, Transnational Strategies and Digital Production Cultures at the NRK*, Springer International Publishing

(d) *Audience studies*

McElroy, Ruth; Noonan, Caitriona (June 2019). *Power and Sustainability in TV Drama Production*, In *Producing British Television Drama* (pp.145-160), Palgrave Macmillan UK

Cormack, Christopher Michael, Martin, Jennifer K.; Williams, Kathryn J. H. (December 2021) *People and Nature. Volume 3, Issue 6. Special Issue - Nature on screen: The implications of visual media for human-nature relationships*, pages 1193-1204