

3. Metodo

In questo capitolo sarà descritto il metodo seguito per l'identificazione dei simboli chiave del consumo che emergono dai film d'autore italiani.

In primo luogo, con la collaborazione di alcuni docenti e ricercatori di teoria del film e storia del cinema sono stati selezionati i film più significativi dal secondo dopoguerra ad oggi. Questo lavoro ha permesso di identificare 86 film che sono stati successivamente guardati ed analizzati dettagliatamente.

Per ogni film è stata elaborata una scheda di analisi che presenta:

- titolo
- anno
- regista
- trama
- temi chiave
- lista delle scene con la relativa descrizione

Per quanto riguarda l'ultimo punto dell'elenco è da sottolineare che la selezione delle scene è stata fatta cercando di identificare situazioni e contesti che rappresentassero soggetti (individui e gruppi) impegnati in attività legate al consumo (ad esempio ricerca, giudizio, scelta, eliminazione) o beni di consumo (prodotti, servizi, ecc) che permettessero di soddisfare bisogni o puri desideri.

Come si può vedere dalla tabella 3.1, le scene dei film girati successivamente al 1975 sono molto maggiori in numero rispetto a quelle dei film dal 1945 al 1975: questo sta a denotare un aumento della presenza di oggetti o contesti legati alla pratica di consumo.

Tab. 3.1 numero di scene per film			
Anni	Film (n°)	Scene (n°)	Scene per film
1945 – 1974	46	1091	23,7
1975-2005	40	2278	56,9
TOTALE	86	3369	39,2

Tab. 3.1 Numero di scene per film

Il passo successivo, che rappresenta l'attività principale svolta durante questo lavoro di tesi, è stato quello di fare un'analisi qualitativa di ciascun film per poter ricavare dei temi significativi riguardanti la cultura del consumo italiano.

In questa fase è stato fondamentale l'uso del software ATLAS/ti specificatamente elaborato per supportare l'analisi qualitativa di testi, immagini o materiali audio mettendo a disposizione dell'utilizzatore specifici strumenti che consentano un approccio sistematico a dati che non potrebbero essere analizzati con i normali metodi formali o statistici.

Tale programma ha permesso la creazione di un' "Unità ermeneutica" che rappresenta la struttura di base attraverso la quale possono essere elaborati tutti i tipi di dati.

La struttura di un'unità ermeneutica, come si vede dalla figura 3.1, è di tipo gerarchico ed il livello più basso è occupato dal documento primario, "primary document", che nel nostro caso è rappresentato dalle singole schede dei film appositamente trasformate in file di testo. Di ciascun documento primario sono state selezionate parti di testo significative sul piano di una qualsiasi attività di consumo, "quotations", alle quali sono stati associati particolari codici di riferimento, "codes".

I codici sono costituiti da definizioni molto brevi ma significative e sono utilizzati per interpretare qualcosa o per fare dei confronti. Durante la fase di creazione si è cercato di fare in modo che questi rispecchiassero il più possibile:

- categorie merceologiche
- rituali, luoghi o comportamenti di consumo
- vari temi emergenti collegati in qualche modo alla cultura consumistica

Una descrizione più dettagliata dei codici più importanti verrà data nel capitolo 4.

La creazione dei vari codici è avvenuta in maniera iterativa in quanto la definizione data inizialmente per ognuno di questi è stata aggiornata, migliorandola, in seguito all'abbinamento ad un numero maggiore di "quotations".

Talvolta sono state create memos collegate a codici o quotations, per spiegare nel dettaglio la scelta di un certo codice, o memos generiche, nel caso in cui le considerazioni fatte riguardassero l'intero film, non più un suo particolare.

I codici così definiti possono essere a loro volta inseriti in raggruppamenti più grandi e generali, come i supercodici, le famiglie o i networks.

Oltre ai codici, sono stati creati anche degli appunti, “memos”, che possono essere sia abbinati a specifiche “quotations”, “codes” o “memos”, sia liberi e generici, “free memos”.

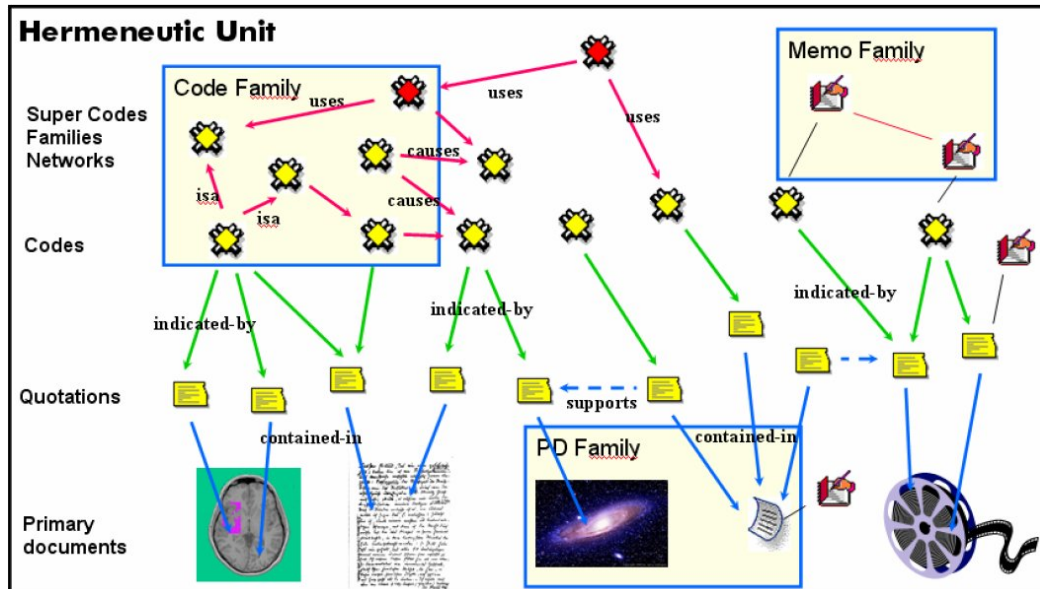


Fig. 3.1 Gerarchia degli oggetti all'interno di un'unità ermeneutica

Terminata l'analisi dei film attraverso i codici, sono stati associati tra loro i codici con significati simili e separati quelli meritevoli di una definizione a sé stante.

Dei numerosi codici elaborati, è stata poi fatta un'accurata selezione, scegliendo quelli più rilevanti sulla base di una maggiore frequenza rispetto ad altri o dell'importanza che essi rivestivano. I codici scelti sono stati poi suddivisi nei quattro gruppi fondamentali seguenti:

- *categorie merceologiche*
- *luoghi di consumo*
- *rituali di consumo*
- *temi emergenti*

Dai gruppi sopraelencati, dei quali sarà data una breve sintesi nel capitolo successivo, sono stati ricavati alcuni temi rilevanti che sono stati oggetto di approfondimento.

