


STUDI E RICERCHE

Dossier 4:
Epistemologie e metabletiche
Dossier 4:
Epistemologies and Metabletics





Tra letteratura per adolescenti e media narrativi

Between teens literature and narrative medie

Roberta Silva

Università degli Studi di Verona (Italia) - roberta.silva@univr.it

ABSTRACT

In the cultural production (and in particular literary production), teenagers are one of the most important target and the debate about fiction series is huge: on one hand there is the goal of increasing children's interest in reading, on the other there is the risk of "trivialization of reality". But this situation may encourage a "mutual influence" among these media languages, based on the use of the same stock characters, the same stereotypes and the same narrative structure. And, if this is the case, what is the dimension of this phenomenon? In order to answer to these questions there was realized this empirical research-

Per industria culturale in genere (e per quella editoriale in particolare) gli adolescenti rappresentano un target e questo ha scatenato un ampio dibattito riguardo al rischio di una "banalizzazione del reale", ma oggi questo rischio appare ancora più serio poiché sempre più forti sono le correlazioni tra libri, film e serial a loro dedicati. Questa situazione può incoraggiare una "mutua influenza" tra diversi media, basata sull'uso degli stessi personaggi, degli stessi stereotipi, delle stesse strutture narrative? E nel caso sia così, qual è la dimensione del fenomeno? Per rispondere a questo domande è stata pensata questa ricerca empirica.

KEYWORDS

teen literature, narrative media, empirical inquiry
letteratura per adolescenti, media narrativi, ricerca empirica

Domande di ricerca

Questo progetto nasce all'interno del Dottorato in Scienze dell'Educazione e della Formazione Continua presso l'Università degli Studi di Verona, sotto la supervisione della Prof.ssa Silvia Blezza Picherle, docente di Letteratura per l'infanzia e Pedagogia della Lettura. Esso trae origine del desiderio di investigare i personaggi presenti nei media narrativi (libri, film e serial) più amati dagli adolescenti. Il punto di partenza è la ferma convinzione che oggi non sia possibile occuparsi di letteratura per ragazzi senza collocarla nel complesso contesto dell'industria culturale (Zipes, 2003)

Conseguentemente le domande di ricerca sono le seguenti:

- quali prodotti culturali appartenenti ai media narrativi (libri, film e serial) sono i più amati dagli adolescenti?
- all'interno dei prodotti culturali individuati, ci sono dei personaggi ricorrenti che possano incoraggiare l'omologazione piuttosto che un'autonoma definizione di sé?

Quadro di riferimento teorico-concettuale

Umberto Eco ha evidenziato come i prodotti dell'industria culturale possono dirci molto sulla società in cui viviamo, senza però dimenticare che alcuni di essi possiedono una struttura ripetitiva e superficiale che può rappresentare un ostacolo ad un'elaborazione di sé ricca ed articolata, riconfermando schemi già accreditati (Eco, 1964). Inoltre Eco ha da tempo dimostrato come ogni libro, e per estensione ogni prodotto culturale, vive di continui rimandi agli altri media, e proprio per questo al lettore viene richiesta un'alta dose di "cooperazione interpretativa" (Eco, 1979).

Nell'ambito della Letteratura per Ragazzi, Antonio Faeti sottolinea l'esistenza di una "catena multimediale" che lega i diversi media, all'interno della quale ogni media può essere utilizzato per "decodificare" gli altri media (Faeti, 1990).

Durante gli anni Novanta il dibattito riguardo ai fenomeni di massificazione nella produzione culturale per adolescenti e del loro influsso sullo sviluppo delle nuove generazioni è stato imponente, soprattutto in ambito anglosassone, tuttavia una voce particolarmente autorevole a questo riguardo è quella di Jack Zipes, che anche negli ultimi anni ha continuato ad analizzare la realtà dell'industria culturale destinata ai più giovani osservando come in molti casi si assiste a una massificazione che riduce la qualità delle rappresentazioni individuali (Zipes, 2001). Questa situazione porta ad una omologazione della Letteratura per ragazzi e a una "Mass Market Fiction" che contribuisce ad impoverire il panorama culturale di riferimento di bambini e adolescenti (Zipes, 2003).

Inoltre questo può portare a una riduzione delle tipologie caratteriali presentati dai prodotti culturali e conseguentemente a un appiattimento delle rappresentazioni, favorito dalle dinamiche di scambi tra letteratura, cinema e televisione i quali, invece di arricchirsi reciprocamente, tendono verso una presentazione omologata e omologante, che rafforza il suo messaggio nel passare da un media all'altro.

Molti studiosi hanno evidenziato come esistono dinamiche di scambio tra letteratura, cinema e televisione, identificando un terreno di ricerca comparativa tra i diversi media all'interno del quale si colloca questa ricerca.

Walter Benjamin nel suo *L'opera d'arte nell'era della sua riproducibilità tecnica* ha enfatizzato come la letteratura può essere influenzata dai prodotti della cultura popolare così come dal contesto sociale in cui si colloca (Benjamin, 1955). D'altra parte Alberto Asor Rosa, nella sua monumentale opera sulla Letteratura Italiana, ha deciso di inserire alcuni elementi riguardo agli altri media narrativi (come cinema e televisione) perché, come egli ha affermato, oggi è impossibile comprendere la Letteratura senza fare riferimento ad altri media che hanno cambiato l'immaginario collettivo (Asor Rosa, 2000).

Il cinema è senza dubbio uno dei media che maggiormente ha influenzato la letteratura e il numero degli studi che si sono concentrati sulle connessioni tra letteratura e cinema è enorme, ma all'interno di questo percorso il *focus* sarà posto su quelle ricerche che hanno analizzato gli influssi del cinema sulla letteratura. Per esempio Keith Cohen ha sottolineato come la letteratura postmoderna è stata fortemente in-

fluenzata dal linguaggio cinematografico, sia dal punto di vista contenutistico che stilistico (Cohen, 1991).

Mentre Aldo Grasso ha enfatizzato come oggi molti teen drama hanno assunto quelle funzioni di identificazione e di trasmissione dei valori che fino a pochi anni fa erano appannaggio della Letteratura per ragazzi, influenzando la definizione dell'identità dei giovani fruitori (Grasso, 2005), affermando che le migliori serie televisive possono rivaleggiare con la Letteratura e il cinema per complessità e profondità (Grasso, 2007).

Elisabetta Mondello, studiando alcuni scrittori come Niccolò Ammaniti e Aldo Nove, ha posto l'accento su come essi siano stati fortemente influenzati dalla società dei consumi e come il loro stile sia stato influenzato dal linguaggio televisivo, anche se nelle loro opere sono presenti critiche sferzanti alla "società televisiva" e al modello di vita consumista (Mondello, 2007).

Aspetti metodologici

All'interno di questa ricerca sono stati utilizzati due strumenti:

- il questionario
- l'analisi narrativa di libri, film e serial risultati essere "i favoriti" dal target identificato.

Lo scopo del questionario era quello di comprendere quali prodotti culturali appartenenti ai media narrativi (libri, film e serie) sono più amati dagli adolescenti e verificare se i personaggi rappresentano un elemento significativo per i soggetti.

Il questionario è composto da 28 item tra domande chiuse (per la definizione del profilo) e domande aperte (per la definizione del consumo culturale dei soggetti). Il questionario è stato distribuito tra il marzo e il giugno 2008 e il campione è composto da 1.500 soggetti tra i 12 e i 16 anni usando un metodo "a grappolo": tre Scuole Medie e tre Istituti Superiori di Verona.

Per l'analisi dei prodotti culturali, le tecniche sono quelle offerte dalla Letteratura per ragazzi e dall'analisi narratologica, con particolare riferimento alla metodologia proposta da Silvia Blezza Picherle, che ha un doppio *focus*: sul contenuto e sullo stile. Riguardo al contenuto particolare attenzione viene prestata ai temi, con enfasi sulla complessità sociale e individuale, e ai personaggi, esaminando la loro caratteristiche, le loro motivazioni e i loro valori.

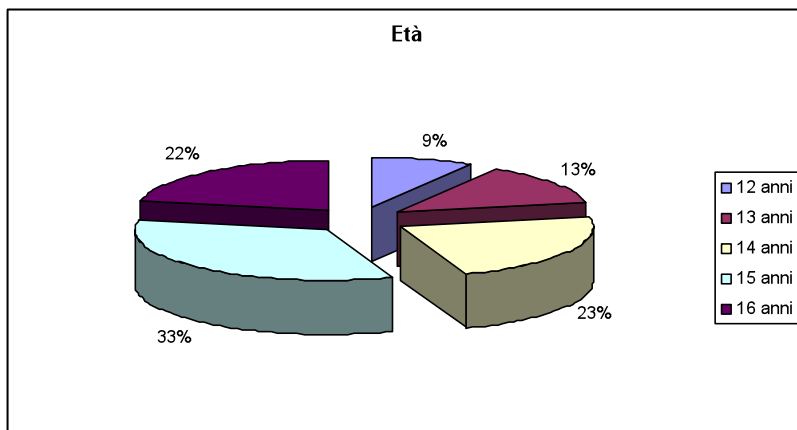
Questo metodo "passa attraverso" la letteratura per arrivare alla pedagogia, con finalità educative ma non didatticistiche, e il suo scopo è quello di individuare quelle caratteristiche dei prodotti culturali che possono essere considerati uno sprone verso un'elaborazione personale e quegli elementi che invece incoraggiano una omologazione della propria rappresentazione individuale (Blezza Picherle, 2004).

Questo metodo, nato nell'ambito della Letteratura per ragazzi, è stato usato sia nel caso di romanzi che di film e serial, attraverso le opportune integrazioni derivate dall'analisi dei prodotti audiovisivi.

Analisi dei dati

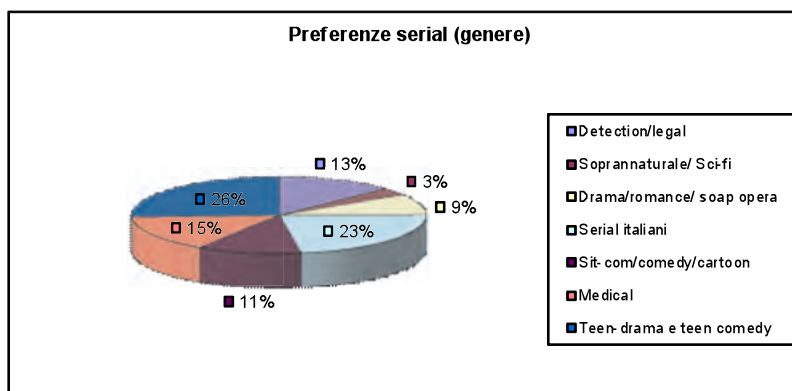
Analisi del questionario

Il campione è composto da circa 1.500 soggetti tra i 12 e i 16 anni, equamente distribuito per quanto riguarda il sesso (51% femmine e 49% maschi). Per quanto concerne invece la distribuzione per età il numero dei soggetti tra i 12 e i 14 anni, indicati come appartenenti alle ultime due classi delle Scuole Medie, copre il 45%, lasciando al resto del campione, appartenente al biennio delle superiori, il 55%.



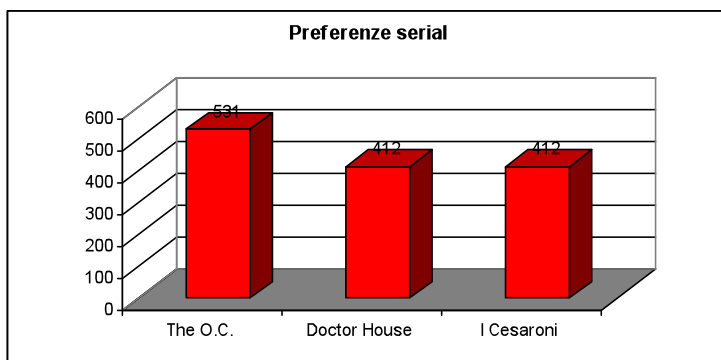
Serials

Riguardo ai serial, i dati dimostrano che i generi più popolari sono i teen drama (26%), i serial italiani (23%) e i medical (15%).

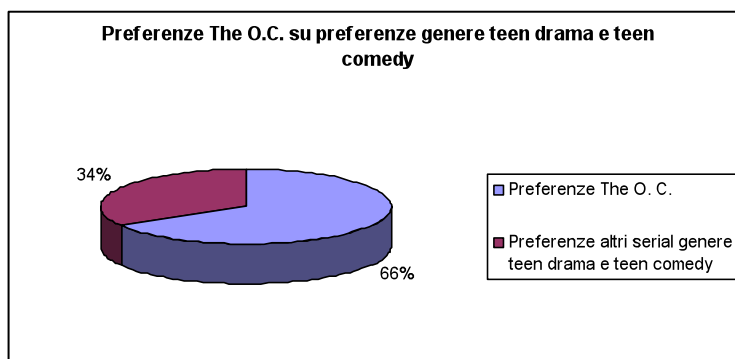


I dati inoltre dimostrano che i serial più popolari sono i seguenti::

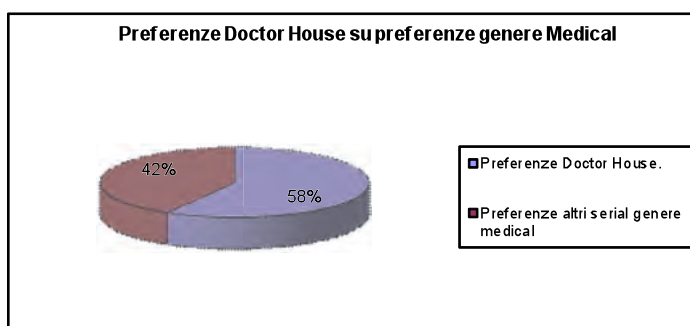
1. The O.C. (531 preferenze)
2. I Cesaroni (421 preferenze)
3. Doctor House (421 preferenze)



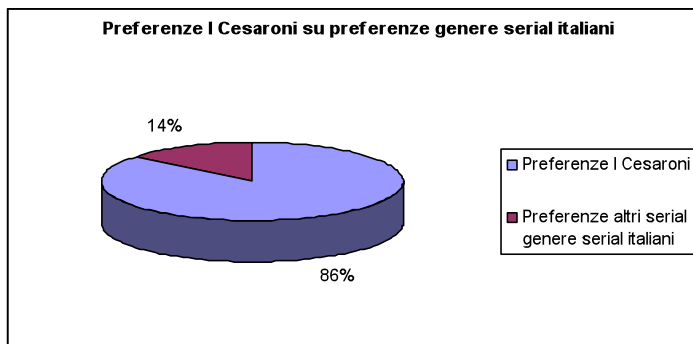
Appare interessante osservare che le preferenze accordate a *The O.C.* coprono una porzione particolarmente ampia sulle le preferenze accordate al genere teen drama (66 %).



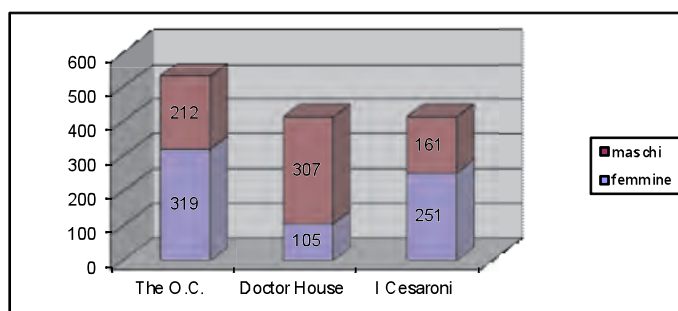
Una situazione simile si verifica a proposito delle preferenze accordate al serial *Dr House* che coprono il 58% delle preferenze accordate ai medical.



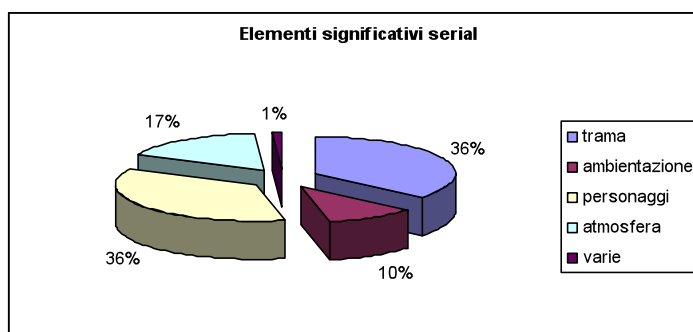
Questo trend è ancora più pronunciato se passiamo ai serial italiani, all'interno dei quali *I Cesaroni* rappresentano l'86%.



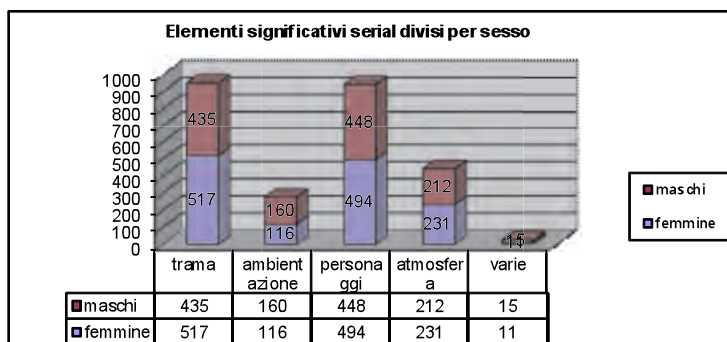
Osservando le preferenze divise per sesso, appare ovvio che il pubblico femminile preferisce *The O.C* mentre il pubblico maschile ha espresso una decisa preferenza per *Doctor House*.



Riguardo agli elementi significativi possiamo vedere come la trama (36%) e personaggi (31%) sono decisamente gli elementi considerati più importanti dai soggetti.

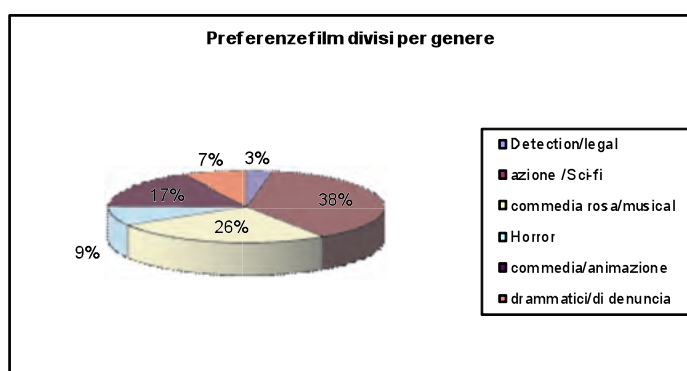


Se poi si osserva le differenze tra maschi e femmine, riguardo a ciò, si può vedere come tali elementi siano considerati significativi sia per maschi che per femmine.



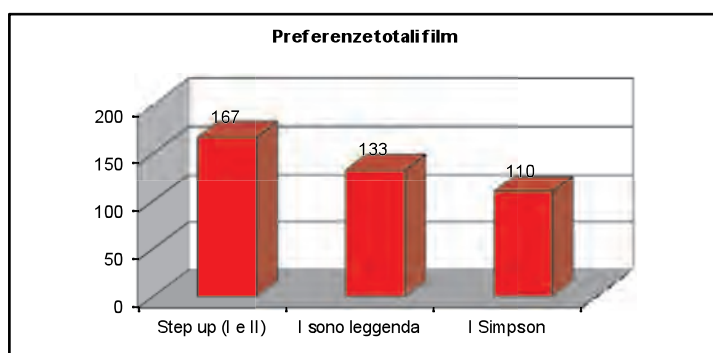
Film

Passando ai film I dati mostrano come i generi più popolari sono l'azione/Sci-fi (38%), la commedia romantica/musical (26%) e la commedia/animazione (17%)

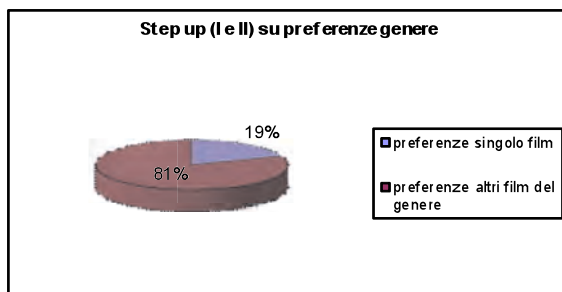


I film più popolari sono risultati essere:

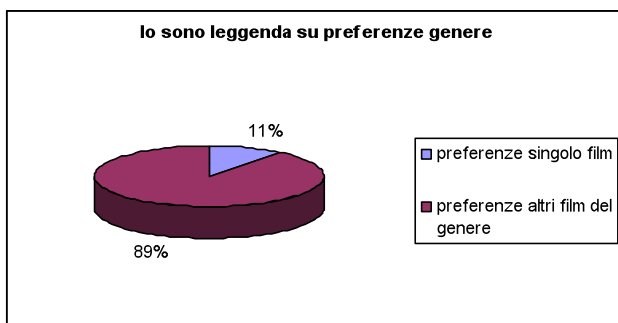
1. Step up (167 preferenze)
2. Io sono leggenda (133 preferenze)
3. I Simpsons – il film (110 preferenze)



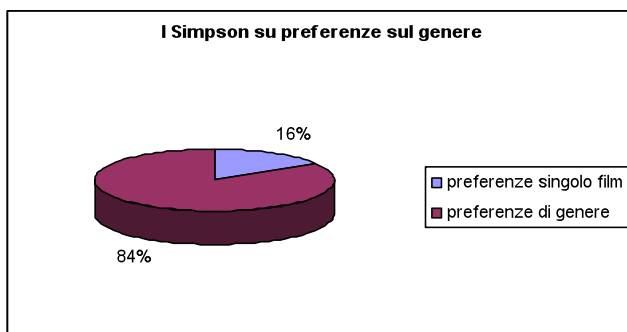
Mentre per i serial si aveva una correlazione più diretta tra le preferenze accordate al genere e le preferenze accordate ai singoli prodotti culturali, per quanto riguarda i film esse appaiono più segmentate, tuttavia *Step up* rappresenta il 19% delle preferenze accordate al genere "commedia romantica/musical".



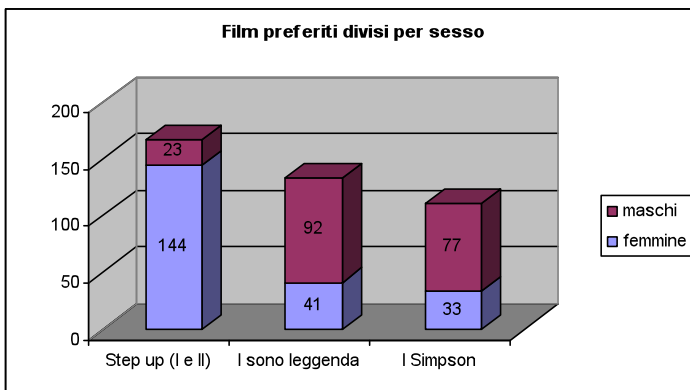
Una tendenza simile si può osservare per quanto riguarda il genere "azione/Sci-fi", all'interno del quale *Io sono leggenda* rappresenta il 11%.



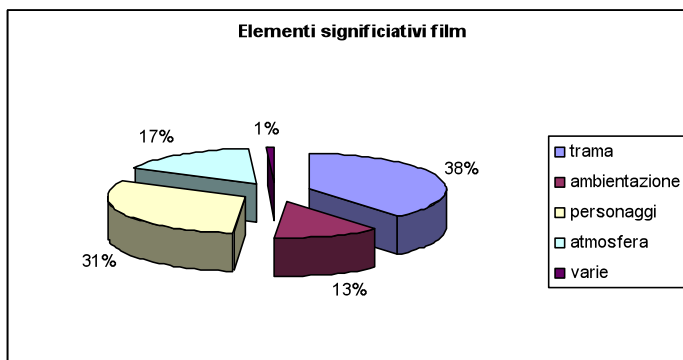
E passando infine al genere "commedia/animazione" si evidenzia come *I Simpson - Il film* rappresenta il 16% delle preferenze di genere.



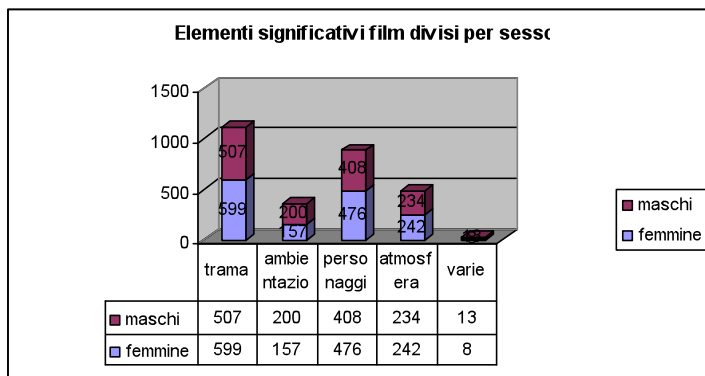
Step up appare chiaramente più amato dal pubblico femminile mentre *Io sono leggenda*, e in misura minore *I Simpson - Il film* appaiono più apprezzati dal pubblico maschile.



Se ci si rivolge poi agli elementi significati, quelli considerati più importanti sono anche in questo caso la trama (38%) e i personaggi (31%).

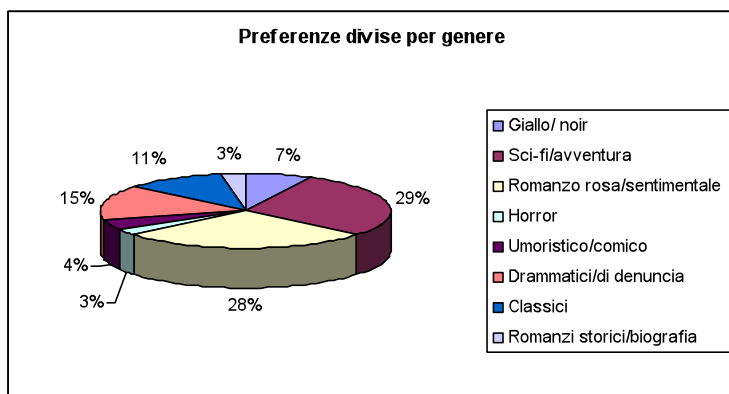


E anche in questo caso vediamo che questi elementi siano ugualmente importanti per il pubblico maschile e per quello femminile.



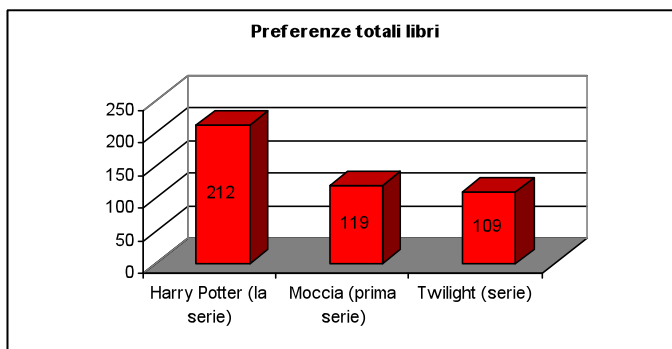
Libri

Riguardo ai libri i dati mostrano che i generi più amati sono la Sci-Fi/avventura (29%), i romanzi rosa/sentimentali (26%) e i romanzi drammatici o di denuncia (15%).

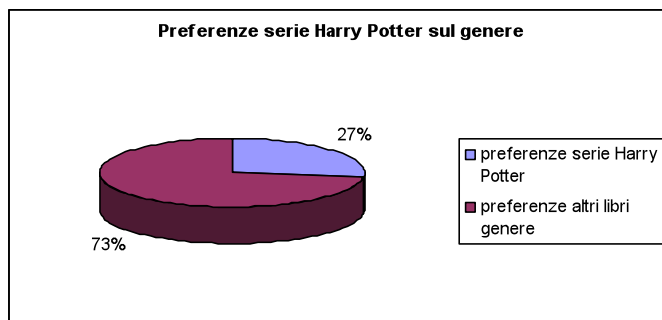


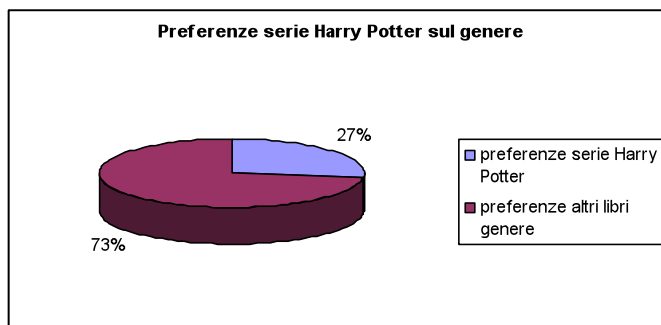
I libri che emergono come più amati sono invece:

1. la serie di Harry Potter (212 preferenze)
2. la serie di 3 Metri sopra il cielo – Ho voglia di te (119 preferenze)
3. la serie di Twilight (109 preferenze)

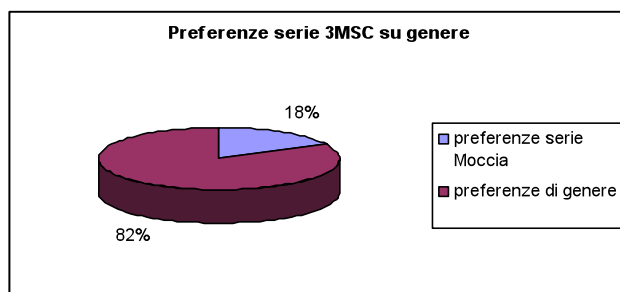


Similmente a quanto osservato per i film, infatti, le preferenze appaiono più segmentate, tuttavia la serie di Harry Potter rappresenta il 27% sulle preferenze accordate al genere "Sci-fi/avventura".

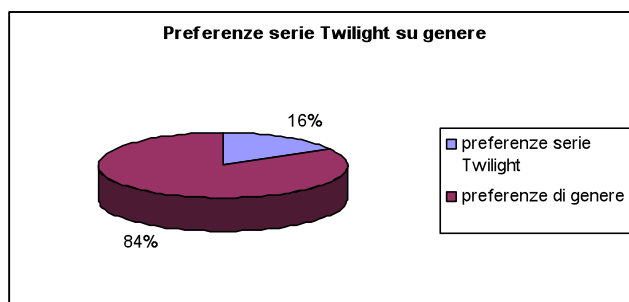




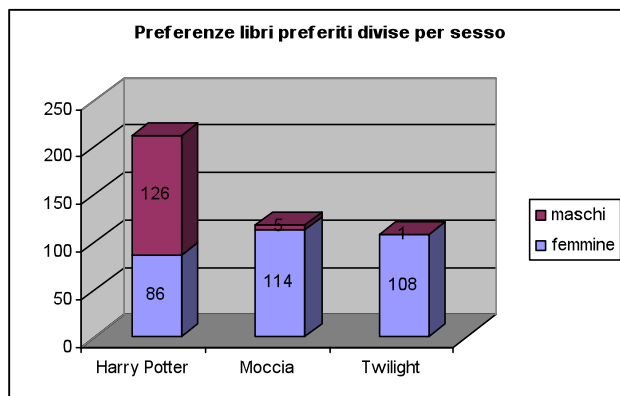
Un discorso simile può essere fatto per *3 Metri Sopra il cielo* che rappresenta il 18% delle preferenze sul genere.



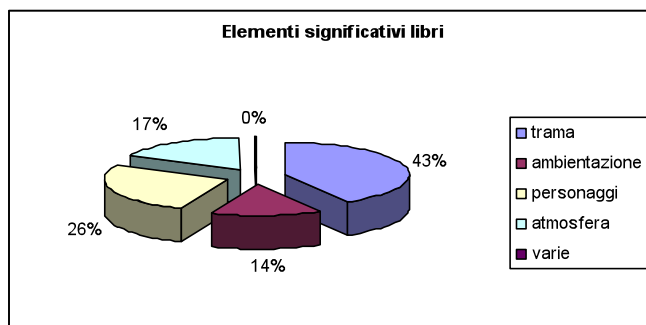
Twilight (che viene valutato sul genere rosa e non su quello fantasy poiché l'intrucco principale del romanzo è chiaramente sentimentale) si attesta sul 16% sulle preferenze di genere.



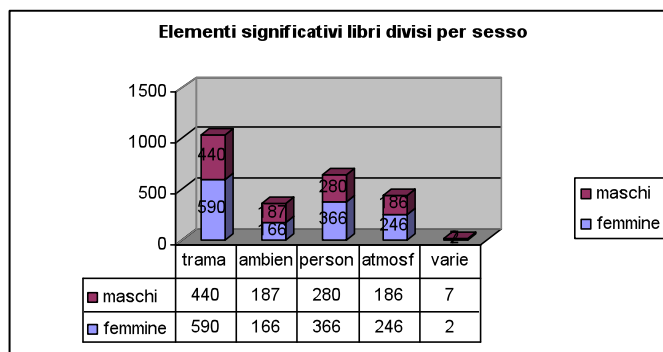
La serie di *Harry Potter* è chiaramente preferita dal pubblico maschile, mentre le preferenze femminili vanno a *3 Metri Sopra il cielo*.



Riguardo agli elementi significativi, anche in questo caso, trama (43%) e personaggi (26%) rappresentano gli elementi più interessanti, ma rispetto ai media audiovisivi i personaggi sembrano emergere con minore forza, anche se rappresentano ancora una percentuale rilevante, cosa probabilmente legata al mancato rinforzo dell'elemento visivo.



Anche in questo caso trama e personaggi sono ritenuti ugualmente importanti dal pubblico femminile come da quello maschile.



È dunque possibile concludere che i prodotto culturali più amati sono i seguenti:

	Femmine	Maschi
Serials	<i>The O.C.</i>	<i>Doctor House</i>
Film	<i>Step up</i>	<i>Io sono leggenda</i>
Books	Serie <i>3 Metri Sopra il Cielo</i> (Federico Moccia)	Serie <i>Harry Potter</i> (J.K. Rowling)

Analisi dei prodotto

Nel corso dell'analisi si è scelto di mettere in evidenza i modelli maschili e femminili presenti nei prodotti culturali più amati rispettivamente dal pubblico maschile e femminile.

PERSONAGGI MASCHILI

I personaggi maschili presenti nei prodotti culturali più amati dal pubblico maschile sono

Gregory House (*Doctor House* – serial)
 Robert Neville (*Io sono leggenda* - film)
 Harry Potter (serie Harry Potter - libri)

Analizzando le figure di Gregory House e Robert Neville è possibile osservare come essi hanno importanti caratteristiche in comune

Entrambi sono devoti a un ideale e al proprio lavoro, ma entrambi preferiscono farlo “alle proprie regole”. House è determinato a salvare i suoi pazienti a tutti i costi, ma non accetta interferenze da parte dei suoi superiori, mentre Neville sta tentando di salvare l'umanità da un virus che trasforma gli uomini in mostri, ma è chiaro che è un outsider nella comunità scientifica.

Entrambi sono dei solitari, ruvidi e testardi, e trovano difficile esprimere i propri sentimenti. House accetta malvolentieri i collaboratori che gli vengono imposti e cerca in tutti i modi di non affezionarsi a loro. Al contrario Neville appare alla ricerca di altri “sopravvissuti”, ma non appena riesce ad entrare in contatto con due di loro, non perde occasione per scatenare un conflitto.

Entrambi hanno un passato doloroso alle spalle, che li ha resi cupi e dolenti, anche se cercano di mascherare la loro sofferenza. House ha perso l'uso di una gamba e l'amarezza provocata da ciò l'ha portato ad allontanarsi dalla propria partner, mentre Neville ha perso la moglie e la figlia e vive un senso di colpa nei confronti della loro memoria.

Ora la domanda è: cosa ha a che fare Harry Potter con questi due personaggi? Anche se a una prima impressione possono sembrare completamente diversi, ad un esame più attento appare evidente che essi possiedono diversi punti in comune.

Harry, proprio come House e Neville, ha una missione da compiere, e quando realizza che le regole “ufficiali” non possono che intralciarlo, non esita ad aggirarle. Per esempio in *Harry Potter e l'Ordine della Fenice*, Harry protesta fermamente contro le regole imposte dal Ministero della magia, e senza temere di ribellarsi contro norme che ritiene sbagliate.

Harry è tendenzialmente un solitario, e la sua amicizia con Ron ed Hermione non cambia questa sua tendenza innata. In *Harry Potter e il principe Mezzosangue* egli istintivamente vorrebbe partire da solo per la pericolosa ricerca degli Horcruxes, e solo l'insistenza degli amici riesce a fargli cambiare idea. Inoltre, in *Harry Potter e l'Ordine della Fenice*, lo stesso Silente lo rimprovera gentilmente per la sua reticenza nei confronti degli amici.

Harry ha dietro di sé un passato doloroso, che spesso cerca di nascondere, imbarazzato dalle proprie fragilità. In *Harry Potter e il Prigioniero di Azkaban*, durante una lezione, Harry risente le voci dei suoi genitori poco prima di morire, e questo ovviamente lo sconvolge, ma allo stesso tempo il ragazzo è preoccupato di dimostrare la propria debolezza davanti ai compagni. Qualcosa di molto simile accade anche in *Harry Potter e il Calice di Fuoco*, mentre in *Harry Potter e l'Ordine della Fenice*, egli reagisce aggressivamente per mascherare il dolore quando si rende conto di essere al centro dei pettegolezzi dei compagni di scuola.

In conclusione è possibile osservare come House, Neville e Harry riproducono un modello maschile ricorrente caratterizzato da:

- dedizione a un ideale;
- ostinazione;
- tendenza alla solitudine;
- sofferenza;
- orgoglio.

Quindi i protagonisti maschili dei prodotti culturali più amati dai ragazzi rivelano in modello abbastanza prevedibile, collegato allo stereotipo dell'eroe tormentato, una figura che sembra avere molti punti di contatto con "l'eroe byroniano", devoto al bene ma dal passato oscuro, critico e introspettivo ma in conflitto con se stesso, carismatico ma insofferente alle regole.

Possiamo concludere che i soggetti appaiono influenzati da un carattere romantico ma anticonvenzionale e ribelle, in cui vedono riflesse molte delle loro stesse insicurezze, eppure in grado di realizzare a pieno il proprio potenziale.

PERSONAGGI FEMMINILI

I personaggi femminili presenti nei prodotti culturali più amati dal pubblico femminile sono invece:

- Marissa Cooper (*The O.C.* – serial)
- Nora Clark (*Step up* – film)
- Babi Gervasi (*3 Metri Sopra il cielo* – libri)

Questi tre personaggi hanno importanti caratteristiche in comune e fronteggiano situazioni molto simili. Tutte e tre infatti sono ragazze attraenti ma insicure e inquiete, appesantite da conflitti irrisolti e tensioni con la figura materna.

Marissa è una ragazza fragile e instabile, che passa attraverso un eccessivo consumo di alcol e psicofarmaci, un tentato suicidio, un ricovero in una struttura psichiatrica e amicizie pericolose. In seguito Marissa affronterà un periodo di confusione sessuale e una "relazione pericolosa", dopo la quale comprenderà come molte delle sue scelte sbagliate traevano origine dal suo burrascoso e mai risolto rapporto con la madre.

Nora invece focalizza tutte le sue ambizioni sulla danza, soffocando le sue fragilità e il dolore per la perdita del padre, oltre la sofferenza per il difficile rapporto con la madre, a cui è molto legata ma che non accetta assolutamente le sue ambizioni. Solo alla fine del film, grazie allo sprone offertole dal suo nuovo compagno, riuscirà a trovare il coraggio per appianare le sue divergenze con la madre.

Babi, infine, nasconde la sua inquietudine per adattarsi alle convenzioni borghesi che la madre le ha imposto. Il rapporto tra madre e figlia appare come particolarmente ambivalente, poiché nonostante Babi tenti di ribellarsi contro il sistema di valori della madre, la sua opposizione avrà vita breve, e alla fine la ragazza cederà alle pressioni materne trasformandosi in una copia perfetta della donna, soffocando emozioni e conflitti interiori.

Tutte e tre provengono da famiglie altolocate, e sono abituate a muoversi in un ambiente colto e sofisticato.

Marissa appartiene a una famiglia influente, nonostante gli alti e bassi finanziari che si troverà a vivere nel corso delle quattro stagioni, ed è abituata a muoversi tra dimore raffinate, prestigiose scuole private ed eleganti circoli sportivi.

Nora vive con la madre, la vedova di un importante dirigente navale e, nonostante nel film non venga fatta esplicita menzione alla loro condizione economica, è evidente dallo stile della loro abitazione, ricercata e tradizionale, che Nora non è abituata a considerare l'aspetto economico come un ostacolo alla realizzazione delle sue ambizioni.

La famiglia di Babi vive nell'esclusivo quartiere dei Parioli, e frequenta le feste dell'alta società romana; lei e la sorella frequentano una rinomata scuola privata e sono state educate a dare grande importanza alla forma.

All'inizio delle vicende tutte e tre frequentano un "cattivo ragazzo" travestito da "bravo ragazzo", spinte dalla propria educazione a scegliere il proprio partner in base al suo "status", ma in seguito sceglieranno di tessere una relazione più autentica con un "attaccabrighe dal cuore d'oro", impulsivo ed irruente ma sincero e devoto.

Marissa inizialmente ha una relazione con Luke, presuntuoso e ambiguo, ma dopo averne scoperto il tradimento scopre il sincero affetto di Ryan, un ragazzo dei sobborghi impetuoso ma leale, "adottato" da una famiglia altolocata.

Nora frequenta Brett, che si rivelerà disonesto e infingardo, per poi scegliere di intrecciare una relazione con Tyler, inviato nella sua scuola per scontare una condanna per vandalismo, grazie al quale troverà la forza di realizzare i suoi sogni.

Babi, infine, inizialmente frequenta Chicco, che al momento del bisogno si dimostrerà codardo e inaffidabile, per poi ammettere i suoi sentimenti nei confronti di Step, che divide il suo tempo tra risse e corse illegali, ma sinceramente innamorato di lei. In realtà il personaggio di Babi risulta particolare poiché, alla fine del primo romanzo e nel corso del secondo, sceglierà di chiudere la sua storia con Step avvicinandosi a un uomo più in linea con le ambizioni sociali della sua famiglia. La vicenda palesa dunque come Babi, rifiutando la relazione turbolenta ma autentica con Step, subisca una sorta di "plagio" familiare che la obbliga a ripercorrere strade già battute, superficiali e convenzionali.

In conclusione Marissa, Nora e Babi si ricollegano a un unico modello femminile ricorrente, caratterizzato da:

- bellezza e fragilità;
- alta classe sociale;
- contrasti con la figura materna;

- “corteggiatori” falsi e inadeguati;
- relazioni sentimentali con uomini “belli e tenebrosi”.

Quello che emerge quindi è un personaggio femminile ricorrente abbastanza prevedibile, legato allo stereotipo della fragile principessa bisognosa di aiuto, in contrasto con la matrigna e soggetta alla corte del perfido corteggiatore, che aspetta solo di essere salvata dal “cavaliere errante”, attraente e ombroso.

Anche in questo caso abbiamo un pubblico affascinato da un personaggio in cui riesce a rispecchiare alcune delle proprie fragilità e delle proprie insicurezze, ma al tempo stesso in grado di risolvere i propri contrasti risultare vincente, ma in questo caso esiste una differenza significativa: mentre il personaggio maschile riusciva a trovare in se stesso la forza per risolvere le proprie difficoltà, grazie alle proprie capacità personali, i personaggi femminili invece hanno bisogno dell’ “eroe” per esprimere il proprio potenziale, e nel caso si allontanano da lui, rischiano di perdere se stesse, come accade a Babi.

Conclusioni

I personaggi ricorrenti evidenziati richiamano dunque modelli tradizionali, sia per quanto riguarda quelli femminili che quelli maschili, ma quello che appare più interessante osservare è che essi si configurano come perfettamente complementari: da un parte infatti troviamo un eroe carismatico, affidabile e onesto ma impulsivo e tormentato, mentre dall’altra vediamo un’eroina fragile e bisognosa d’aiuto da parte del “cavaliere errante”, affascinante e travagliato.

Come ha acutamente osservato Loredana Lipperini, sulla scorta di Elena Gianini Bellotti, Step è molto simile a Gregori House, perché entrambi rappresentano il “modello maschile vincente”, a cui le adolescenti risultano sensibili per “condizionamento culturale” (Lipperini, 2007, p. 147). È inoltre interessante osservare che, nei prodotti culturali più amati dalle adolescenti, il co-protagonista maschile è molto simile al personaggio maschile presente nei prodotti culturali preferiti agli adolescenti, mentre il contrario non accade. Questo dimostra che, come afferma la Lipperini, i prodotti culturali mostrano una tipizzazione sessuale fortemente influenzata dal condizionamento culturale secondo cui le donne hanno bisogno di un uomo per realizzarsi (Lipperini, 2007, p. 189).

Ovviamente questa non è certo un’idea nuova, ma oggi la rappresentazione di tali stereotipi non viene ritrasmessa agli adolescenti attraverso una catena di rinforzo multimediale, che rende tale rappresentazione particolarmente pericolosa per un’autonoma definizione di sé, e contribuisce a rafforzare il fenomeno della “ri-genderizzazione” che pervade ormai la nostra società.

Riferimenti bibliografici

- Asor Rosa A. (2000). Centralismo e policentrismo nella letteratura. In A. Asor Rosa (Ed.), *Letteratura italiana* (vol. III.). Torino: Einaudi.
- Benjamin W. (2008). *The work of art in the age of mechanical reproduction* [1955]. London: Penguin.
- Bleza Picherle S. (2004). *Libri, bambini, ragazzi*. Milano: Vita & Pensiero.
- Cohen K. (1991). *Writing in a film age. Essays by contemporary novelists*. Niwot: University Press of Colorado.

- Corbetta P. (2003a). *La ricerca sociale: metodologia e tecniche* (vol. I *paradigmi di riferimento*). Bologna: Il Mulino.
- Corbetta P. (2003b). *La ricerca sociale: metodologia e tecniche* (vol. II *Le tecniche quantitative*). Bologna: Il Mulino.
- Corbetta P. (2003c). *La ricerca sociale: metodologia e tecniche* (vol. III *Le tecniche qualitative*). Bologna: Il Mulino.
- Corbetta P. (2003d). *La ricerca sociale: metodologia e tecniche* (vol. IV *L'analisi dei dati*). Bologna: Il Mulino.
- Eco U. (1964). *Apocalittici e integrati*. Milano: Bompiani.
- Eco U. (1979). *Lector in fabula*. Milano: Bompiani.
- Faeti A. (1990). *Le notti di Restif. Peripezie di un girovago tra media e finzioni*. Firenze: La Nuova Italia.
- Gianini Belotti E. (2000). *Dalla parte delle bambine: l'influenza dei condizionamenti sociali nella formazione del ruolo femminile nei primi anni di vita*. [1973]. Milano: Feltrinelli.
- Grasso A., Carini S., Scaglioni M. (2005). La linea d'ombra della Tv. I giovani e i telefilm americani. *Vita e Pensiero*, 1/05, 15-32.
- Grasso A. (2007). *Buona maestra. Perché i telefilm sono diventati più importanti del cinema e dei libri*. Milano: A. Mondadori.
- Lipperini L. (2007). *Ancora dalla parte delle bambine*. Milano: Feltrinelli.
- Mondello E. (2007). *In principio fu Tondelli. Letteratura, merci, televisione nella narrativa degli anni Novanta*. Milano: Il Saggiatore.
- Praz M. (1999). *La letteratura inglese dai Romantici al Novecento* [1936]. Milano: Biblioteca Universale Rizzoli.
- Zipes J. (2003). La lettura ai tempi del mercato. In D. Bartolino, R. Pontegobbi, *Nuovi Segnali di lettura*. Campi Bisenzio: Idest.

