

Machinima: giocare a fare cinema

Guglielmo Pescatore, Valerio Sillari

Negli ultimi anni il rapporto tra *videogame* e cinema è divenuto sempre più simbiotico, portando alla nascita di testi molto spesso in bilico tra film e giochi elettronici¹. E non si tratta solamente di una contaminazione superficiale, ma di una ibridazione che si estende a molti elementi estetici e formali delle rispettive forme mediali. I *videogames* hanno per esempio integrato e inserito all'interno delle fasi di *gameplay* tecniche di visualizzazione colte dal cinema, attraverso una sempre maggiore diversificazione del punto di vista sull'azione², nonché proponendo, grazie a vere e proprie scene di raccordo non interattive all'interno del *game* chiamate in gergo tecnico *cut-scenes*, una esplicita ricerca narrativa e drammatica all'interno del gioco³. Allo stesso modo, nel cinema è diventato comune l'uso di sequenze che cercano di "immergere" il pubblico all'interno della narrazione attraverso soggettive e piani sequenza simili alle lunghe esplorazioni degli ambienti virtuali dei videogiochi⁴.

Eppure, nonostante queste simbiosi e scambi continui, l'approfondimento delle dinamiche mediali che oggi intercorrono tra cinema e *videogame* appare ancora problematico. La stessa insistenza con cui molti studiosi hanno analizzato l'interfaccia grafica dei *videogames*, ponendola di volta in volta in analogia con le forme di testualità proprie di differenti oggetti mediali quali film, romanzi, musica, il formato-libro persino⁵, evidenzia come lo studio testuale o comunque "interno" dei giochi elettronici non sia riuscito ancora oggi a proporre teorie condivise. Il motivo di tale problematica è da ricercarsi nella posizione peculiare in cui i videogiochi situano l'utente-spettatore, il quale, se da una parte si immerge all'interno di un mondo finzionale fatto di *bit* e rappresentazioni poligonali verosimili, così come accade al cinema, d'altro lato prende parte in modo diretto, grazie alla interattività insita nella struttura di gioco, alla costruzione stessa dell'azione e del senso ultimo di ogni sessione di *gameplay*. I *videogames* infatti, così come tutti i cosiddetti "nuovi media", sono caratterizzati dalla simultanea e assai critica presenza di due differenti anime, che di fatto puntano rispettivamente a "far agire" l'utente e simultaneamente "farlo essere" all'interno di una rappresentazione verosimile⁶. Capire come analizzare e soprattutto far "dialogare" queste due posizioni per molti versi contrapposte è ciò che rende attualmente l'analisi dei *videogames* difficoltosa, e su cui buona parte delle ricerche sembra ancora non trovare soluzione. Senza contare che il *videogame*, così come altre forme mediali (si pensi ai *locative media*), deve necessariamente articolare un'interfaccia tra l'universo fittizio del gioco e quello di riferimento, reale, nel quale agisce il giocatore. Il *videogame* realizza dunque una "esperienza ponte" che permette il transito tra due sistemi di riferimento. La questione delle interfacce non è più dunque una questione puramente tecnologica, essa riguarda direttamente i conte-



Borg War, Geoffrey James, 2006

nuti e l'esperienza mediale. Ergonomia, design delle forme narrative e progettazione di interfacce, ben lungi dall'essere questioni che riguardano solo il *videogame*, si pongono oggi al centro del panorama mediale.

Per uscire da questa *impasse* metodologica, vorremo allora proporre un cambio di direzione nell'analisi dei *videogames*, focalizzando la nostra attenzione non più sui *videogames* in quanto *testi*, bensì su di essi in qualità di *processi* che mettono in comunicazione più reparti e modelli culturali dell'industria mediale contemporanea, nonché differenti soggetti. I *videogames* infatti, a parte il fatto di essere degli oggetti interattivi e proporre all'utente una sorta di architettura narrativa⁷ attraverso cui entrare direttamente a fare parte del gioco, sono il fulcro di numerose pratiche d'uso secondarie, le quali mettono in crisi, o comunque ridimensionano fortemente, le ipotesi e le teorie che fino a questo momento hanno accompagnato il mondo dei giochi elettronici. Pensiamo per esempio all'ormai popolare fenomeno del *modding*, cioè della modificazione da parte degli utenti di vari parametri ed elementi di *gameplay* secondo capacità e gusti personali⁸. In questo caso, così come nel fenomeno dello *speedrunning*⁹, ciò che appartiene al mondo del gioco perde la propria funzione e valore, venendo anzi rielaborato in base a esigenze e contesti d'uso assai differenti, e rendendo il mezzo videoludico una semplice piattaforma tramite cui dare vita ad attività di varia natura, cosa che capita anche nel caso della stessa *8bit music*¹⁰, un sottogenere musicale nato dall'utilizzo e *remix* di suoni tratti da *videogame*.

Videogame dunque non più come mero luogo di scontro tra narrazione e interazione, gioco e racconto, bensì come punto di partenza per attività assai diversificate che vedono al proprio centro l'utente e le proprie esigenze. E i *machinima*, video amatoriali creati attraverso il motore grafico di un *videogame*, appaiono essere uno dei casi più interessanti all'interno di tale tendenza.

"Machinima": oltre il cinema, oltre il videogame

Con il termine *machinima* si è soliti riferirsi da alcuni anni a un particolare genere di testi audiovisivi prodotti amatorialmente e distribuiti principalmente sul web, la cui fondamentale caratteristica risiede nella natura delle proprie immagini, tratte da giochi elettronici. Il *machinima* infatti è una tecnica di animazione digitale nata dall'uso "sovversivo" di immagini in tempo reale prodotte dal motore grafico 3D di un *videogame*¹¹. Ovvero, come si è soliti definirli, video "fatti" con i *videogames*, nati dall'uso inaspettato e creativo delle immagini di gioco da parte dei giocatori.

Tecnicamente il *machinima* non è altro che la registrazione di una sessione di *gameplay* in cui i vari elementi di gioco, dagli ambienti virtuali fino agli *avatar* comandati dai giocatori, vengono utilizzati non più per "giocare", bensì per dare vita a una rappresentazione di ordine narrativo, molto spesso fondata sulle regole e la sintassi del linguaggio cinematografico. Si prendono i personaggi di gioco e, anziché farli correre o combattere così come richiesto dal *videogame*, si utilizzano in qualità di attori, muovendoli cioè come se stessero recitando; queste performance vengono quindi registrate all'interno dell'ambiente di gioco attraverso il punto di vista in soggettiva dell'interfaccia grafica¹², e in seguito vengono montate tra loro così come se fossero diverse scene di un film. Risultato? Qualcosa di "creato" con un *videogame* che, data la sua forma lineare e non più interattiva, si discosta dall'esperienza di gioco che siamo soliti conoscere, e, allo stesso tempo, si avvicina a ciò che il cinema ci ha abituato a riconoscere come narrazioni per immagini. Non a caso il termine *machinima*, coniato nel 2001 da Hugh Hancock, uno dei più noti registi e promotori di questa tecnica video, unisce tra loro le parole "machine" e "cinema", oppure "machine" e "animation", e vuole di per sé dare conto di come tali forme mediali siano oggi "unite" in un unico fenomeno.

Questi filmati, nati originariamente a metà degli anni Novanta all'interno di una nicchia ben delimitata di giocatori¹³, hanno avuto una discreta diffusione nell'ambito del videogioco. Essi infatti permettono con una minima strumentazione tecnica la realizzazione di prodotti di animazione alle volte di notevole complessità, sollecitando gli interessi e le capacità creative degli appassionati.

Ed è proprio il ruolo dei *machinimist*, coloro che creano filmati videoludici, ciò che appare essere una delle novità più interessanti di questo fenomeno. Chi produce *machinima* è infatti un individuo che utilizza in modo personale e consapevole un mezzo tecnologico – il *videogame* – per scopi e finalità che non sono di per sé contemplate dal mezzo stesso, così come accade per i fenomeni già citati del *modding*, dello *speedrunning*, della musica *8bit* e di quella che viene ormai etichettata come *game-art*¹⁴. La centralità della forma mediale *videogame* rimane, ma essa per l'utente si trasforma: da oggetto con una chiara finalità diviene mero strumento o "punto di partenza" tramite cui dare vita a forme di fruizione e rielaborazione assai personalizzate, molto spesso anche del tutto estranee al mondo del *gameplay*. Non a caso Katie Salen ha coniato la definizione "transformative play" per dare conto in modo generale dell'intero spettro delle attività che oggi i giocatori esplicano sui *videogames*, indicando proprio nelle varie forme di appropriazione e trasformazione l'elemento che oggi appare unire tra loro, come un filo rosso, le varie attività appena citate¹⁵.

Con un *machinima* dunque non si "gioca" in senso stretto del termine, ma semmai si "gioca a fare cinema", ovvero a organizzare in modo assolutamente professionale le diverse fasi di un progetto complesso come la realizzazione di un audiovisivo. Il *videogame*, in quanto testo facilmente riconoscibile e con chiare finalità ricreative, perde del tutto il proprio senso, divenendo anzi lo strumento o la "piattaforma" tramite cui una comunità di utenti produce, in maniera assolutamente sperimentale e con costi irrisori, vari cortometraggi in animazione digitale. E i risultati di questa sperimentazione,

iniziata solo pochi anni fa, appaiono piuttosto interessanti e alle volte stupefacenti per complessità e cura della realizzazione: sul web esistono infatti attualmente una miriade di video che si avvalgono del titolo *machinima*, nonché veri e propri lungometraggi ambientati all'interno di *videogames* (*Bloodspell*, Hugh Hancock, 2006; *Moltov Alva*, Douglas Gayeton, 2007) e persino serie *machinima*, le quali rimediano in maniera assai efficace le strategie testuali e produttive di molti serial televisivi (*The Strangerhood*, Rooster Teeth Productions, 2006; *This Spartan Life*, Chris Burke, 2005).

Gli stessi *machinimist*, benché appartenenti in genere al mondo dei giocatori, hanno saputo trasportare al di fuori dall'ambito dei *videogames* questa pratica audiovisiva, portando alla nascita di testi che sembrano voler espandere o comunque citare universi finzionali conosciuti, dando di fatto adito a nuove forme di *fan fiction*. I *machinima* infatti, a livello di racconto, molto spesso non si distaccano da storie riguardanti titoli videoludici e cinematografici di successo, proponendo anzi delle “variazioni sul tema” molto simili alle opere di *fan fiction* che da anni accompagnano i prodotti *mainstream*. Per esempio *Red vs. Blue* (Rooster Teeth Productions, 2003-2007) forse la più famosa serie *machinima* oggi esistente, è nata e si è sviluppata come forma di *fan fiction* ironica nei confronti del *videogame* *Halo* (Microsoft, 2001), riscuotendo talmente tanto successo tra i numerosi *fans* da avere visto inseriti alcuni propri video all'interno di una edizione speciale del gioco in questione¹⁶. Allo stesso modo *Borg War* (Geoffrey James, 2006), uno dei più famosi lungometraggi *machinima* finora realizzati, altri non è che una versione “apocrifica” delle avventure stellari dei protagonisti del *franchise* *Star Trek*, scritta e realizzata però da un *fan* della serie all'interno di un ambiente virtuale ripreso da alcuni *videogames* di genere fantascientifico¹⁷. Se dunque, come ricorda Henry Jenkins, sono proprio i *fans* coloro che nel tempo hanno portato alla nascita di nuovi utilizzi per varie tecnologie¹⁸, i *machinima* sono oggi l'ultima frontiera di queste forme di attaccamento e rielaborazione da parte dei *fans* verso particolari oggetti culturali, allargando al campo dei *videogames* pratiche testuali *grassroots* finora legate principalmente a fumetti, cinema e televisione.

I *machinima* quindi, anziché essere etichettati e categorizzati attraverso strumenti e paradigmi tipici soltanto del settore videoludico e cinematografico, sembrano oggi poter essere iscritti appieno all'interno di dinamiche di rimediazione più ampie e profonde che stanno trasformando *in toto* ciò che noi definiamo media, nonché i rapporti del pubblico verso essi. I filmati creati con *videogames* non cambiano solamente le nostre convinzioni su ciò che è interazione e narrazione, gioco e storia, *videogame* e cinema, ma evidenziano in modo altrettanto forte come le differenze tra giocatori e *game designers*, registi e spettatori, in pratica produttori e consumatori, siano oggi a un punto di svolta. I *machinimists*, infatti, siano *gamers*, cinefili, *fans* o *hackers*, fanno tutti parte di una vasta comunità di individui che, in maniera collaborativa e senza netti e specifici obiettivi, sta mettendo in luce quali siano le nuove possibilità di appropriazione e utilizzo dello spazio mediale. I *machinima* sono dunque un ottimo esempio *in nuce* di fenomeni che il web e i media digitali sembrano favorire: essi infatti, in maniera del tutto rilevante, stanno mostrando come gli aspetti più significativi dell'innovazione mediale riguardino, più che le dinamiche testuali e i rapporti tra testi, le capacità performative e realizzative degli utenti e l'uso e il riuso degli oggetti mediali. In altre parole, modelli semplificati, come l'opposizione narrazione/performance o anche il semplice rimando alle interazioni intertestuali e intermediali per spiegare i rapporti tra cinema e *videogame*, appaiono eccessivamente riduttivi a fronte di pratiche d'uso e di appropriazione che prescindono ampiamente da quell'idea di intenzionalità, sia essa d'autore, testuale o anche spettatoriale, alla quale in genere facciamo appello nello studio delle forme di testualità audiovisiva. Di fatto pratiche come i *machinima* prescindono da forme di progettualità soggettiva, quelle di un soggetto cognitivo che sovrintenderebbe ai rapporti tra testi, fondandosi invece su fenomeni di diffusione orizzontale di informazioni e competenze, vere e proprie “ricette testuali”, la cui trasmissione è in gran parte dovuta a “contagio”, imitazione, partecipazione diretta.

Certo, il fenomeno dei *machinima* – come altri, altrettanto di nicchia e altrettanto significativi¹⁹ – riguarda una porzione assai limitata delle *audiences* mediali. Ma, nonostante questa ridotta visibilità



Borg War, Geoffrey James, 2006

all'interno del panorama mediatico contemporaneo, essi sembrano avere, insieme ad altrettante pratiche *grassroots* di nicchia quali la *fan fiction* e il *vidding*²⁰, un forte valore prospettico sulle linee di tendenza che da qui a breve il sistema mediale potrebbe iniziare a percorrere. Il che, volenti o nolenti, li rende un prodotto cui l'analisi videoludica e cinematografica, e più in generale i *media studies*, non possono sottrarsi.

[traduzione dal francese di Chiara Tognolotti]

1. Sul grande schermo siamo ormai soliti trovare pellicole e intere saghe cinematografiche che si ispirano al mondo dei *videogames*, quali ad esempio la serie *Tomb Raider* o il recente film d'azione *Max Payne* (John Moore, 2008), figlio "illegittimo" del pluri-premiato e omonimo titolo della software house Remedy Entertainment/Rockstar. Allo stesso tempo eroi e personaggi del cinema si sono spostati, in maniera speculare, in titoli e avventure elettroniche di successo, "tra-ghettando" le proprie gesta da mondi finzionali in celluloidi ad ambienti interattivi per *console* e computer casalinghi. Curioso esempio in tal senso è *The Warriors*, *videogame* pubblicato nel 2005 dalla *software house* Rock Star Games. Esplicitamente ispirato all'omonimo film del 1979 di Walter Hill, il gioco è un caso limite di come l'industria videoludica sia ormai giunta al punto di poter proporre al proprio pubblico progetti che di fatto vanno ad appropriarsi di film e prodotti ormai datati, in un vero e proprio processo di *restyling* e rielaborazione di testi cinematografici specifici, spesso anche del tutto sconosciuti alle nuove generazioni di videogiocatori.

2. Su tale argomento, si veda per esempio Thiéry Adam, *Introduzione alla cinematografia interattiva*, in Matteo Bittanti (a cura di), *Intermedialità: videogiochi, cinema, televisione, fumetti*, Unicopli, Milano 2008.

3. Con *cut-scenes* si intendono generalmente le varie sequenze, realizzate in grafica 3D o con il motore grafico di un *videogame*, in cui si offrono elementi narrativi che servono a far avanzare e collegare tra loro diverse fasi o vicende all'interno del gioco. Esse molto spesso servono semplicemente come canovaccio narrativo per permettere agli elementi narrativi di gioco di raccordarsi tra loro a livello puramente logico. Si veda anche Wikipedia: http://en.wikipedia.org/wiki/Cut_scene, e il saggio di Rune Klevjer, *Per una difesa delle cut-scenes*, in Matteo Bittanti (a cura di), *Schermi interattivi: il cinema nei videogiochi*, Meltemi, Roma 2008.
4. Un esempio su tutti: il film *Doom* (Andrzej Bartkowiak, 2005), esplicitamente legato all'universo tematico dell'omonimo *videogame* soprattutto, arriva persino a offrire una sequenza di svariati minuti ripresa in modo identico alla visuale di gioco, rendendo del tutto completo il mimetismo visivo tra le due forme medialità. Cfr. [http://en.wikipedia.org/wiki/Doom_\(film\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Doom_(film)).
5. David Jay Bolter e Robert Grusin, infatti, autori del libro *Remediation: competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi* (Guerini, Milano 2002), durante una analisi del *videogame* *Myst* (Cyan World, Robyn e Rand Miller, 1993) non si sottraggono dal mettere in luce le analogie tra l'interfaccia grafica del gioco e la forma organizzativa dei testi scritti, solo perché in *Myst* alcuni snodi narrativi e sequenze di gioco appaiono effettivamente raffigurate all'interno delle pagine di un manoscritto virtuale.
6. A tal proposito Lev Manovich mette in luce come ogni dispositivo mediale, da un *videogame* a un motore di ricerca web, sia oggi indissolubilmente collocato tra due differenti approcci o "obiettivi" sempre più difficili da distinguere, che egli definisce rispettivamente "accesso all'informazione" e "coinvolgimento psicologico". L'autore infatti afferma: «Spesso i due obiettivi di accesso alle informazioni e di coinvolgimento psicologico si combinano all'interno dello stesso oggetto mediale. Accanto alla contrapposizione tra superficie e profondità, l'opposizione tra informazione e "immersione" può essere vista come espressione particolare della contrapposizione più grande che caratterizza i nuovi media: azione e rappresentazione», Lev Manovich, *Il linguaggio dei nuovi media*, Olivares, Milano 2002, pp. 270-271.
7. In questo caso il termine "architettura narrativa" è inteso nell'accezione di "narrative architecture" proposta da Henry Jenkins in un articolo incentrato proprio sul problema della narrazione all'interno delle strutture interattive di un *videogame*. L'articolo, intitolato *Design As Narrative Architecture* è disponibile on line all'indirizzo: <http://web.mit.edu/cms/People/henry3/games&narrative.html>.
8. In ambito videoludico, con il termine *modo modification* si identifica la particolare pratica da parte degli utenti di modificare alcuni elementi di un *videogame* per personalizzare l'esperienza di gioco o *gameplay*.
9. Lo "speedrunning" è una particolare forma di registrazione del *gameplay* che punta a concludere un *videogame* nel minor tempo possibile, utilizzando a proprio favore anche eventuali *bug* di sistema. Per maggiori informazioni su questa forma di utilizzo dei *videogames*, si rimanda a Wikipedia: <http://en.wikipedia.org/wiki/Speedrun>, nonché a Matteo Bittanti (a cura di), *Intermedialità: videogiochi, cinema, televisione, fumetti*, cit.
10. Per maggiori informazioni sulla musica *8bit*, si rimanda al principale portale on line della scena micromusic: <http://www.micromusic.net> e a uno italiano: <http://www.8-bit.it>. Recentemente un documentario dal titolo *8bit movie* (Marcin Romacki, 2006) ha poi "fatto luce" sulla scena *8bit* e sulle varie interrelazioni tra *videogame* e forme d'arte contemporanea, trattando tra i tanti fenomeni anche dei *machinima*. Per maggiori informazioni sul film: <http://www.8bit-movie.com/>.
11. Secondo la definizione data da Wikipedia, i *machinima* possono essere definiti come «una tecnica di produzione video che utilizza il motore grafico 3D di un *videogame* per la realizzazione di animazioni computerizzate in tempo reale» («*Machinima* is the use of real-time three-dimensional (3D) graphics rendering engines to generate computer animation», <http://en.wikipedia.org/wiki/Machinima>), mentre il sito Machinima.org, uno dei maggiori siti specializzati sull'argomento, li definisce come un "modalità di registrazione video in tempo reale all'interno di un ambiente virtuale tridimensionale, molto spesso realizzato attraverso la tecnologia 3D di un *videogame*" («*Machinima* is filmmaking within a real-time, 3D virtual environment, often using 3D video-game technologies», <http://www.machinima.org/machinima-faq.html>).
12. Quasi tutti i *machinima* usano, infatti, per la registrazione dell'azione un punto di vista interno all'ambiente di gioco, utilizzando un personaggio di gioco come vera e propria telecamera virtuale. Per fare ciò, i giocatori concretamente usufruiscono di ciò che nei *videogames* viene definita *first person perspective*, ovvero una particolare modalità di visione che di fatto mostra l'azione così come se essa fosse vista dagli occhi dell'*avatar* che si comanda. Per maggiori informazioni su tale modalità di visualizzazione, "rimediata" dalla soggettiva cinematografia e fondamentale per i *machinima*, si veda: [http://en.wikipedia.org/wiki/First_person_\(video_games\)](http://en.wikipedia.org/wiki/First_person_(video_games)).
13. *Diary of a Camper*, il filmato unanimemente riconosciuto dalla comunità *machinima* come capostipite di questa tecnica video, risale infatti al 1996. Cfr. http://en.wikipedia.org/wiki/Diary_of_a_Camper.
14. Con il termine "game art" si è ormai soliti riferirsi a tutta una serie di opere d'arte e artisti che utilizzano come ele-

mento ricorrente nei loro lavori oggetti e pratiche colte dal mondo dei *videogames* o dell'ambiente videoludico in generale. Per una breve introduzione alla *game art*, si rimanda a un articolo di Domenico Quaranta, *Game Art: quando l'arte si fa con la Playstation*, in «Flash Art», 263, aprile-maggio 2007, pp. 110-111, disponibile anche on line all'indirizzo: http://www.domenicoquaranta.net/pdf/FlashArt263_april07_GameArt.pdf.

15. L'autrice infatti, riguardo l'uso dei *videogames* da parte degli utenti e gli spazi di azione che essi sono chiamati a gestire o ad acquisire dalla struttura stessa dei giochi, scrive: «Because the creators of emergent systems, like generative music or games, can never fully anticipate how the rules will play out, they are limited to the design of the formal structures that go on to produce patterns of events. Sometimes the forms of play that emerge from these structures overwhelm and transform, generating rich and resistant outcomes. Sometimes, in fact, the force of play is so powerful that it can change the rule structure itself. [...] In the case of digital games, transformative play emerges from the interaction between inventive players and the games they play, like *Quake*, *Doom*, or *The Sims*. Transformative play occurs when the free movement of play alters the more rigid rule structure in which it takes shape», <http://www.walkerart.org/archive/7/A5736D3C789330FC6164.htm>.

16. Per maggiori informazioni sulla serie, si rimanda a Wikipedia: http://en.wikipedia.org/wiki/Red_vs._Blue, nonché al sito ufficiale della casa di produzione: <http://rvb.roosterteeth.com>.

17. *Borg War* è infatti stato interamente realizzato in forma *machinima* da Geoffrey James, *fan* della serie interstellare. Per maggiori informazioni: <http://www.borgwarmovie.org/>.

18. «I *fan* sono sempre stati i pionieri delle nuove tecnologie; il loro incanto per i mondi immaginari spesso ispira nuove forme di produzione culturale, che varia dalle maschere alle *fanzone* fino all'attuale cinema digitale. Essi costituiscono il segmento di pubblico più attivo, che rifiuta di accettare passivamente i contenuti offerti, appellandosi al diritto di piena partecipazione. Non c'è nulla di nuovo in tutto ciò; a essere cambiata è la visibilità della *fan culture*. La rete si offre come nuovo potente canale di distribuzione per la produzione culturale amatoriale. I *fan* hanno creato film amatoriali da decenni; oggi i loro prodotti diventano pubblici», Henry Jenkins, *Cultura convergente*, Apogeo, Milano 2007, pp. 131-132.

19. Un esempio in tal senso sono i recenti ARG (*Alternate reality game*), vere e proprie "cacce al tesoro on line" che, organizzate da grandi major per la promozione di serie televisive e film in uscita, richiamano e mettono realmente in gioco tutta una comunità di *fan*, i quali si attivano per riuscire di fatto a raggiungere per primi notizie e anteprime su un particolare film o serial. Cfr. http://en.wikipedia.org/wiki/Alternate_reality_game.

20. Con il termine *vidding* si è ormai soliti riferirsi a una serie di video in cui, a una base musicale scelta *ad hoc*, si vanno ad aggiungere spezzoni video di un particolare film, serie televisiva, anime e persino fumetto, manifestando così la propria passione verso uno o più prodotti medial, unendo in modo creativo vari elementi della cultura popolare. Per una definizione generale del fenomeno si rimanda a Wikipedia, <http://en.wikipedia.org/wiki/Vidding>, mentre, per una analisi approfondita e attenta del fenomeno, si veda l'articolo, intitolato *How To Watch a Fan-video*, apparso sul suo blog personale di Henry Jenkins nel settembre 2006: http://www.henryjenkins.org/2006/09/how_to_watch_a_fanvid.html.