



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO

DISCUI
DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE,
STUDI UMANISTICI E INTERNAZIONALI:
STORIA, CULTURE, LINGUE, LETTERATURE, ARTI, MEDIA

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI URBINO CARLO BO

DIPARTIMENTO DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE, STUDI
UMANISTICI E INTERNAZIONALI: STORIA, CULTURE, LINGUE,
LETTERATURE, ARTI, MEDIA

CORSO DI DOTTORATO DI RICERCA IN SOCIOLOGIA DELLA
COMUNICAZIONE E SCIENZE DELLO SPETTACOLO
CICLO 28°

Power Play

Politica, media e partecipazione: metamorfosi
possibili nell'epoca delle reti globali

Settore Scientifico Disciplinare: SPS/08

RELATORE

Chiar.mo Prof. *Gea Ducci*

DOTTORANDO

Dott. *Gerardo Di Meo*

ANNO ACCADEMICO 2015

Power Play

Politica, media e partecipazione: metamorfosi possibili nell'epoca delle reti globali

Power Play.

Politica, media e partecipazione: metamorfosi possibili nell'epoca delle reti globali

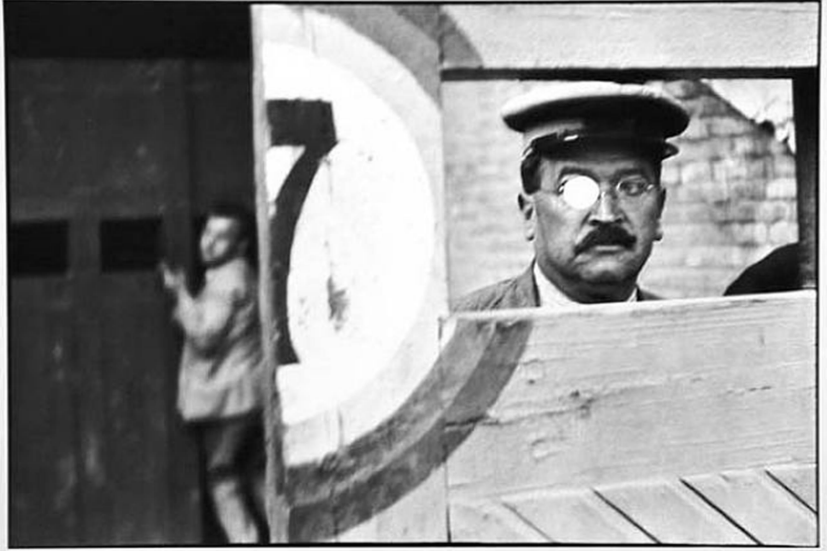
<i>Potere</i>		5
<i>Potere e società</i>	<i>(Cap. 1)</i>	10
Power networks		10
Potere sistemico		14
Potere, Struttura e Agency		22
Network Society: Potere e contro-potere		32
<i>Disordine e Disciplina</i>	<i>(Cap. 2)</i>	40
Egemonia e Differenze		40
Potere, Resistenza e Incorporazione		66
Folk Devils, Ordine e Disordine		80
Egemonia e Potentia		88
Power Play		94
Disordine e Disciplina (Relazioni di Potere, Trasgressione e Piacere)		108
<i>Partecipazione</i>		138
<i>Media e Partecipazione</i>	<i>(Cap. 3)</i>	141
Media, Audiences & Signifying Practices		159
Il Piacere della Differenza		164
Corpo e Cultura		189
Fan		202
Digital Media & Participatory Culture		219
Creatività e Capitalismo		227
Mass self-communication, Content curation & Participation gap		237

<i>Politica, Media e Partecipazione</i>	<i>(Cap. 4)</i>	249
Public Spheres		249
Storytelling e Partecipazione		257
Identity & Engagement		269
Partecipazione e Democrazia		297
Movimenti Sociali		315
Mutations		325
<i>Pippo</i>		340
<i>Metodologia della Ricerca</i>	<i>(Cap. 5)</i>	341
Ricerche e fonti statistiche		342
Issues & frames		343
Stampa: Quotidiani e Periodici		346
La rete e le News: agenzie, TV, testate digitali e blog		352
Partiti politici		359
Personaggio/partito o Issue		360
Analisi e interpretazione		363
<i>Civati, il dissidente e la sinistra</i>	<i>(Cap. 6)</i>	365
Giuseppe Civati		365
Civati e i Media Professionali		369
Civati e i Blog		389
Civati e i Partiti		397
Civati: il Blog e i Social Media		399
Civati: il Blog		404
Civati e i commenti della rete (Blog e Social Media)		410
Civati e le sfere pubbliche disperse		421
<i>Bibliografia</i>		434
<i>Appendici</i>		

Le reti globali interattive, e la crescente pervasività-diffusione dei media, alterano le modalità e gli spazi in cui il dibattito e la competizione politica si svolgono e vengono rappresentati. Il 'racconto' politico è meno centralizzato e controllabile, nasce dallo scontro-confronto di tendenze opposte e di contenuti molteplici, prodotti e distribuiti da un numero maggiore di attori. Le relazioni comunicative tra politici, media professionali e cittadini vengono modificate in maniera profonda; ed il controllo narrativo slitta e fluttua in una serie infinita di interazioni e comunicazioni multimediali e multiplatforma.

La mass self-communication e le reti globali interattive e mobili abilitano, e possono favorire, l'emersione di 'nuove' tendenze socio-politiche e l'impegno civico. Le nuove forme di narrazione e partecipazione devono, però, essere analizzate tenendo presenti i rapporti di potere preesistenti e i limiti della partecipazione politica stessa; a cui vanno aggiunti quelli imposti dalle caratteristiche proprie: delle nuove forme di interazione abilitate dai media digitali, e dell'ambiente socio-culturale in cui si innestano.

La presente ricerca si propone di analizzare le dinamiche contraddittorie, caotiche e multiplatforma, di costruzione-rappresentazione-tematizzazione di *issues* ed *identità politiche* nell'ambiente culturale odierno, caratterizzato dal moltiplicarsi a dismisura degli spazi comunicativi e dall'emergere della mass self-communication.



Henri Cartier-Bresson

Potere

*“And thus I clothe my naked villainy
With odd old ends stol'n out of holy writ,
And seem a saint, when most I play the devil.”
(Shakespeare, W. The Life and Death of King Richard
III. 1592: I, 3, 336)*

*“Il piacere... è una deriva, qualcosa che è insieme
rivoluzionario ed asociale.” (Barthes, 1999: 91)*

Il potere, nelle società complesse del tardo-capitalismo globalizzato, è contraddittorio e disperso. Il divieto e la forza brutta persistono, ma da soli non sono più sufficienti; se mai lo sono stati. Le società hanno sempre utilizzato simboli e riti per istigare “social action and define the individual's sense of self” (Kertzer, 1989: 6). I detentori del potere per legittimarsi e acquisire consenso, “to arouse popular emotion in support of their legitimacy and to drum up popular enthusiasm for their policy”. I movimenti di protesta per suscitare “powerful emotion” e mobilitare “the people for revolt”¹ (ibidem: 14).

Violenza, discorsi e capitali² sono le principali fonti o meccanismi di formazione del potere; tra cui esiste “un rapporto di complementarità e di reciproco sostegno” (Castells, 2009a: 3). Violenza, disponibilità di beni materiali e costruzione di senso sono alla base delle relazioni di potere; istituzioni, norme e tradizioni solidificano queste relazioni e contribuiscono a renderle riproducibili-cristallizzate.

Il dominio bruto, la coercizione, il controllo e la minaccia della violenza non riescono, da soli, a gestire la complessità e la diversità. Tuttalpiù, possono suscitare acquiescenza e apatia, non consenso e volontà di agire-partecipare ‘liberamente’. Il potere deve farsi seducente, stimolare piacere, penetrare nel magmatico sociale e dargli temporanea e cangiante forma. Deve riuscire a far apparire popolari i suoi interessi di parte, ‘organizzare’ la diversità sociale e disciplinare - produrre il caotico divenire.

Potere e conoscenza, politica e comunicazione-cultura sono strettamente interrelati. Tutte le attività politiche possiedono aspetti simbolico-comunicativi, tutte le forme di comunicazione incorporano elementi politico-ideologici. Il potere ha, sempre, la necessità di “plasmare la mente umana” e, così facendo, di legittimarsi. “La legittimazione si basa in larga misura sul consenso che viene suscitato dalla costruzione di significato condiviso... La costruzione di senso nella società avviene tramite un processo di azione comunicativa.” (ibidem: 4) Attraverso l’uso di simboli rituali e narrazioni il potere si giustifica, spiega e forma³. Simboli e narrazioni differenti sono armi della competizione politica; ed, insieme, suo fondamento e maschera dietro cui interessi differenti si nascondono. Simboli e narrazioni legittimano e promuovono una forma di governo, un partito, un politico o una specifica policy; e, contemporaneamente, alterano-modificano l’ambiente sociale. Non solo rendono intellegibile, giustificano e promuovono l’esistente, ma contribuiscono al suo cambiamento. Nuove narrazioni e nuovi rituali, dando forma ad una diversa comprensione del sociale, si trasformano “in strumento di cambiamento politico e sociale” (Hunt, 1995: 59).

“L’aspetto simbolico della politica suscita interesse perché gli uomini non sono in grado di conoscere se stessi fino a che non hanno cognizione di ciò che fanno, di ciò che li circonda e li influenza. L’uomo crea simboli politici ed essi, a loro volta, lo sostengono e lo fanno crescere o lo modificano negativamente.” (Edelman, 1987: 65)

L’importanza politica della popular culture⁴ nasce, proprio, dal suo essere lo spazio magmatico in cui le identità e il senso del mondo degli individui si formano in larga parte ed, insieme, il terreno⁵ di scontro dove le definizioni sociali, morali, ideologiche e politiche confliggono e si danno battaglia per la vittoria del consenso e la riproduzione – ristrutturazione - produzione della società e dei corpi.

Il potere si dissemina e disperde tra le piaghe del sociale; graffia i corpi, la carne e le interiorità stessa. Ogni campo sociale è coinvolto e sconvolto dal suo fluire. La popular culture ne è impregnata. È lo spazio conflittuale e magmatico dove il senso comune prende forma. I flussi culturali, prodotti industrialmente, si scontrano con i desideri, le passioni, i piaceri e le pratiche ‘grassroots’ delle audiences. Le norme egemoniche confliggono con differenti sistemi di significato e le tecniche polimorfe del potere cozzano contro l’intransigente rifiuto a sottomettersi-conformarsi della ‘libertà’. La popular culture è lo spazio mutevole dove le differenze sociali vengono create, ri-generate e ri-prodotte e i discorsi del potere tentano di dar forma a corpi docili e normalizzati. Mutamento e riproduzione sociale, identificazione e soggettività, corpi docili e corpi deformattati⁶, creatività e conformismo, partecipazione e apatia, potere e conflitto, piacere e potere.

Il potere, di sovente, è concepito come qualcosa di statico e monolitico, la cui funzione è quella di reprimere gli istinti attraverso la regola organizzatrice. Al contrario, è in continuo movimento, reprime ed, insieme, produce; stimola desideri e marca corpi.

Il piacere è, di sovente, concepito come ciò che si oppone al potere, alla regola; l’istinto che riprende il sopravvento. Al contrario, non ha mai una forma prestabilita; è in ogni luogo e in nessun luogo.

Potere e piacere si confondono. Il potere produce il piacere così che possa penetrare più a fondo nelle maglie della società. Il piacere vive nell’esercizio del potere e nello sfuggire a esso.

La popular culture è lo spazio conflittuale, in cui, piacere e potere, forze disciplinari e irriducibile antagonismo del frammento, si ibridano. Disordine, trasgressione, evasione e resistenza si fondono, confliggono, ibridano con tentativi disciplinari ed egemonici. Trasgressione e potere, resistenza ed egemonia, disordine e disciplina si oppongono l’un l’altro, ma simultaneamente si

producono nel conflitto. Il potere reprime, incita, stimola e produce.
Il piacere eccede la norma e, insieme, la rinvigorisce.

Potere e Società

Cap. 1

Power networks

“Quando un'anima nasce in questo paese le vengono gettate delle reti per impedire che fugga. Tu mi parli di religione, lingua e nazionalità: io cercherò di fuggire da quelle reti.” (Joyce, J. Dedalus. 1916)

Il potere non è una caratteristica secondaria o derivata delle società, ne è una dimensione costitutiva, presente in ogni relazione e organizzazione sociale. “Societies are constituted of multiple overlapping and intersecting sociospatial networks of power.” (Mann, 1986: 1)

Mann analizzando l'evoluzione storica di un numero ampio di società e regimi individua quattro fonti (o network) principali di potere che, in ogni data società e spazio tempo, assumono un'importanza variabile e una differente configurazione e cristallizzazione. L'autore precisa che si tratta di “networks of social interaction” non di dimensioni o livelli di una singola totalità sociale; piuttosto sono “organizations, institutional means of attaining human goals.” (ibidem: 2) Il potere consiste, infatti, nella possibilità variabile: di perseguire e realizzare obiettivi attraverso il dominio del proprio ambiente; e di spingere o costringere altre persone ad agire in modi diversi.

I network di potere che maggiormente costituiscono ed influiscono sulla società riguardano le relazioni: ideologiche, economiche, militari e politiche. L'importa primaria di queste fonti di potere deriva dai mezzi organizzativi specifici che possiedono e mettono a disposizione per la realizzazione di obiettivi, per il

controllo sociale e per “the capacity to organize and control people, materials, and territories” (ibidem: 3).

Il *potere dell'ideologia* nasce da tre fenomeni sociali differenti, ma connessi: l'incapacità dell'essere umano di dare un senso al proprio ambiente sociale senza l'utilizzo di concetti e categorie di significato; l'esistenza-necessità di norme, ovvero “shared understandings of how people should act morally in their relations with each other” (ibidem: 22), necessarie per abilitare interazione e cooperazione sociale; e le pratiche estetiche e rituali, la cui caratteristica principale sta nell'impossibilità di argomentazione scientifica che le smentisca e nel loro contributo costitutivo alla capacità variabile degli esseri umani di dare senso ultimo al mondo. L'autore distingue tre tipologie di ideologie, capaci in alcuni casi di combinarsi tra loro. Le *ideologie immanenti* che riguardano network di potere esistenti e ne rafforzano la solidarietà morale ed emotiva, la coesione culturale ed ideologica. Le *ideologie istituzionalizzate*, le meno autonome in termini di potere, ma non per questo meno importanti visto che, spesso, all'interno delle organizzazioni in cui sono presenti, vengono date per scontate quasi inconsapevolmente e tendono a rinforzare valori e norme conservative; favorendo la riproduzione dell'ordine sociale. Le *ideologie trascendenti*, al contrario, sono esterne ai network di potere esistenti e maggiormente autonome. “They break interstitially through existing institutions, attracting converts from many different power networks and creating their own networks”⁷. (Mann, 2012a: 7)

Il *potere economico* si fonda sulla necessità umana di utilizzare, trasformare, distribuire e consumare le risorse della natura.

Il *potere militare* nasce dall'organizzazione sociale della violenza, attraverso la creazione di forze militari e di forze dell'ordine, ma al contempo di gruppi e network paramilitari extrastatali. Il potere militare è autonomo, ma strettamente connesso al potere politico.

Il *potere politico* deriva “from the usefulness of centralized, institutionalized, territorialized regulation of many aspects of social relations” (Mann, 1986: 26) che favorisce l'istituzione e il

mantenimento di un ordine sociale in un determinato spazio-tempo.

I vari network di potere possono avere caratteristiche molto differenti. Ad esempio, sulla scorta di Parsons⁸, Mann distingue tra *distributive* e *collective power*, ovvero tra il potere esercitato sugli altri e quello esercitato ed ottenuto attraverso la cooperazione con gli altri. Il potere può, inoltre, assumere caratteristiche *authoritative* o *diffuse*. Il potere autoritario riguarda il comando da parte di un attore (individuale o collettivo) di altri attori subordinati che consapevolmente obbediscono. Il potere diffuso “is not directly commanded; it spreads in a relatively spontaneous, unconscious, and decentered way. People are constrained to act in definite ways, but not by command of any particular person or organization”. (Mann, 2012b: 6) La capacità di organizzare un ampio numero di attori su vasti territori in forme blande, minimamente stabili, di cooperazione caratterizza, poi, i poteri estensivi (*extensive*); mentre i poteri intensivi (*intensive*), indipendentemente dall’ampiezza spaziale e numerica, creano organizzazioni forti e “command a high level of mobilization or commitment from the participants”. (Mann, 1986: 7)

I vari network di potere possono essere maggiormente caratterizzati da una o più di queste caratteristiche, ma in genere queste si rafforzano e ibridano a vicenda. I poteri autoritativi sono più tipici, ad esempio, degli apparati militari e politici; mentre le forme diffuse dei mercati e delle ideologie, ma nelle organizzazioni economiche sono presenti, anche, forme di comando. Il potere è, in realtà, maggiormente efficace quando riesce a combinare vari network e differenti modalità di esercizio. Una simile combinazione-cristallizzazione avviene attraverso l’istituzione degli stati moderni che “far from being singular and centralized... are polymorphous power networks”. Cristallizzano relazioni di potere in modi differenti a secondo delle circostanze, dei network di potere maggiormente coinvolti, delle issues politiche differenti e degli interessi principali

sostenuti dalle 'core lobby' e dall'elettorato. "States crystallize as the center - but in each case as a different center - of a number of power networks." (Mann, 2012b: 75)

Le cristallizzazioni di potere e i vari network non sono separati, ma si combinano e co-determinano a vicenda, senza che una delle fonti di potere assuma necessariamente un ruolo storico maggiore o più determinante dell'altro. I differenti poteri possono al contrario, però, esercitare un'influenza differente a secondo del periodo storico. Mann, ad esempio, attribuisce all'ideologia un ruolo centrale nella prima metà del novecento, poi declinato verso il finire del secolo per riaccendersi all'alba del nuovo millennio (Mann, 2012c).

I network di potere non sono, inoltre, statici e dati una volta per tutte. Il cambiamento sociale emerge da cambiamenti all'interno dei network, da nuove tecniche e modalità organizzative delle risorse di potere, e soprattutto dall'emersione di nuovi network di potere. "Institutionalized power relations are being constantly surprised by the emergence of new interstitial power configurations." (Mann, 2012a: 16) Le società, essendo costituite da network di interazione multipli e sovrapposti, tendono costantemente a favorire l'emersione di nuovi attori collettivi e network di potere, le cui relazioni con i vecchi attori non sono ancora state istituzionalizzate. Il mutamento sociale nasce principalmente da tale emersione e dai cambiamenti che provoca nelle cristallizzazioni e nelle dinamiche relazionali, cooperative e conflittuali, tra i vari network di potere.

Potere sistemico

“Non si può compiere l’atto di governare senza storie, segni e simboli che indichino e riaffermino la legittimità di quel governo...” (Hunt, 1995: 59)

Il potere è strettamente legato alla violenza, ma spesso questo legame si esercita tramite l’assenza. La minaccia della violenza o dell’esclusione o di altre sanzioni negative è sufficiente a tenere in vita la relazione asimmetrica e a garantirne l’efficacia.

Il potere politico, secondo Luhmann, nasce dalla differenziazione sociale ed è in parte una risposta alla crescente complessità⁹, ma si fonda sulla forza fisica. Il legame tra violenza-coercizione e potere è forte, ma insieme escludente. La minaccia della violenza funge da ‘alternativa da evitare’ e da motivazione per il subordinato; contemporaneamente, però, la minaccia quasi mai viene realizzata e rappresenta un’alternativa da evitare anche per chi esercita il potere. Il ricorso alla violenza rappresenta, insieme, la possibilità su cui il potere si forma e un’estrema conseguenza normalmente non desiderata. Segnala l’insuccesso dei meccanismi del potere; l’incapacità di influire sulle azioni e decisioni dei subordinati, disponibili ad obbedire spontaneamente e a rinunciare a possibili altri corsi d’azione¹⁰. “Il potere va quindi distinto dalla costrizione con la quale si ottiene il compimento di un atto precisamente determinato in termini concreti. Le possibilità di scelta di colui che è costretto sono ridotte a zero. Nel caso limite la costrizione diventa sinonimo di esercizio di violenza fisica e conduce quindi alla sostituzione dell’azione propria all’azione altrui non ottenibile.”

La forza fisica non è quindi potere, piuttosto un’alternativa limite da evitare che crea potere, in quanto il subordinato non può ignorare la possibilità del suo impiego. Le alternative da evitare sono fondamento del potere, ma insieme eccezione poiché la loro realizzazione modificherebbe nel profondo la struttura comunicativa e colui che utilizza la violenza sarebbe costretto a

sobbarcarsi tutto il peso della selezione, della decisione e dell'azione. "La riduzione della complessità non viene ripartita, ma ricade completamente su chi esercita la coercizione". (Luhmann, 1979: 7)

I sistemi sociali complessi sostituiscono la violenza e la costrizione con il potere, inteso come possibilità di decisione che influisce sulle alternative disponibili per altri. La violenza mantiene, però, un'essenziale funzione simbolica e di eccezione fondante¹¹; tanto che non esiste contrasto strutturale tra consenso e costrizione, violenza e legittimità. "È necessaria l'interazione fra ambedue gli elementi allo scopo di trasformare contingenze in processi"¹². (ibidem: 80)

La legittimità del potere, d'altra parte, non si fonda sul consenso consapevole, ma sulle procedure. I cittadini, nei sistemi complessi non perché valutano effettivamente i loro contenuti e li condividono; piuttosto in base rispetto di determinate procedure e regole formali. La legittimazione consiste, per Luhmann, nella diffusa disponibilità sociale all'accettazione di decisioni, disponibilità priva di specifiche motivazioni e fondata su procedure, non la costruzione di un consenso illusorio. Il sistema politico può, inoltre, presupporre questa diffusa 'disponibilità ad accettare' sulla base della partecipazione dei cittadini alle procedure istituzionalizzate (es. elezioni). La legittimità dell'esercizio del potere non si fonda sulla volontarietà del consenso e dell'accettazione o su convinzioni personali, al contrario, su un contesto sociale e giuridico che istituzionalizza e normalizza il riconoscimento delle decisioni vincolanti come conseguenza del rispetto di determinate procedure. In ultima istanza, coincide con il coinvolgimento dei cittadini nelle procedure politiche e si slega da questioni valoriali, attraverso processi di ridimensionamento delle aspettative sociali e di neutralizzazione del dissenso. Le procedure istituzionalizzate favoriscono, infatti, la "ristrutturazione delle aspettative tramite un

processo effettivo di comunicazione che si svolge secondo regole giuridiche” (Luhmann, 1995: 160) L’esclusione dal processo politico della conflittualità sociale radicale, la neutralizzazione di proteste non antagonistiche, la riduzione e amalgamazioni degli interessi sociali per effetto di procedure istituzionalizzate di interazione crea legittimità politica. Il meccanismo istituzionalizzato si inceppa, però, in periodi di crisi cessa, perché il processo di ridimensionamento delle aspettative sociali e di neutralizzazione del dissenso non risulta più efficace e la riduzione della complessità sociale si interrompe, generando potenzialmente delegittimazione del potere, che “non appare... più adeguato a soddisfare le esigenze che gli vengono poste in materia di prestazioni decisionali e di trasmissione.” (Luhmann, 1979: 99)

Il potere è essenzialmente, infatti, un mezzo di comunicazione che riduce la complessità sociale in uno specifico campo, quello dell’azione e della decisione. I sistemi sociali, per l’autore, emergono soltanto attraverso la comunicazione, non l’azione come ritenuto da molti autori precedenti. “Soltanto la comunicazione è necessariamente e intrinsecamente sociale. L’azione non lo è. Inoltre l’azione sociale già implica la comunicazione” (Luhmann, 1986: 247). Sistemi sociali, costituiti mediante comunicazione, presuppongono di per sé “il fatto che molteplici processi selettivi si determinino a vicenda in senso preventivo o reattivo” (Luhmann, 1979: 2).

La differenziazione sociale comporta, inoltre, il formarsi di alcuni fondamentali sottosistemi. I sottosistemi specifici sviluppano un proprio particolare mezzo di comunicazione: l’economia, ad esempio, utilizza come strumento di comunicazione il denaro, la famiglia l’amore, e la scienza la verità. Il potere è il mezzo di comunicazione utilizzato dal sistema politico.

“La funzione di un mezzo di comunicazione” risiede, per Luhmann, “nella trasmissione di una complessità che è stata ridotta.

La selezione di Alter riduce le possibilità selettive di Ego, grazie al fatto che la prima selezione viene comunicata.” La comunicazione, qualsiasi forma assuma, viene realizzata, però, esclusivamente “se si riesce a comprendere la selettività di un messaggio” (ibidem: 9-3) e se non viene rifiutata, ovvero se la proposta selettiva viene accolta. La possibilità del rifiuto non può essere soppressa a causa della doppia contingenza insita nei processi di comunicazione. Ogni forma di riduzione della complessità e di selettività implica una qualche forma di possibilità di scelta tra alternative (*contingenza*); ma nel caso della comunicazione, ovvero del trasferimento di una riduzione della complessità e di una selezione allo scopo di influenzare la selettività altrui, si devono tenere presenti anche le alternative disponibili al secondo attore (*doppia contingenza*).

La funzione specifica del potere, in quanto mezzo di comunicazione, è quella di trasmettere selezioni di azioni. Questo presuppone, però, la possibilità per il partner comunicativo di selezionare a sua volta le proprie azioni e una qualche forma di autodeterminazione. “Solo per questo motivo si usano nei suoi confronti determinati strumenti di potere, quale la minaccia, allo scopo di indirizzarlo nel compimento di questa scelta autonoma.” (ibidem: 22)

L’esistenza di possibilità alternative e preferenze tra queste, sono condizioni strutturali dell’esercizio del potere e la sua realizzazione consiste: nell’evitare, sopprimere, alcune di queste possibilità, nel renderne maggiormente probabili altre e nell’efficace trasmissione di questa selezione. Il potere è, quindi, una trasmissione che influenza “la selezione di determinati atti (o omissioni) rispetto ad altre possibilità” ed è “tanto più grande quanto più riesce ad affermarsi anche nei confronti di alternative allettanti sul piano degli atti o delle omissioni” (ibidem: 7).

Il potere, per Luhmann, non deve essere considerato, neanche, come una qualità o una capacità autonomamente posseduta da

qualcuno, piuttosto come un processo che “trasmette la complessità ridotta di decisione in decisione... L'impressione che il potere «scorra» nasce dalla successione di eventi (nel nostro caso di azioni), la cui selettività rispettiva è correlata attraverso un codice, nel senso che le selezioni si presuppongono o si completano a vicenda.” (ibidem: 31) Motivazioni all'esercizio o all'accettazione del potere e nessi causali tra le varie selezioni, trasmissioni, azioni e decisioni si formano soltanto attraverso processi di comunicazione interdipendenti.

La stretta interdipendenza dei processi di comunicazione caratterizzanti il potere ha forti conseguenze. Il potere, infatti, “può essere accresciuto soltanto congiuntamente a un aumento delle libertà da parte di coloro che sono sottoposti all'esercizio del potere” e tende a produrre 'contropoteri'. (ibidem: 8-Cap. 9) L'esercizio del potere ha limiti intrinseci nella capacità del suo detentore di gestire complessità e nel tentativo di ricercare cooperazione da parte dei subordinati; il potere dei subordinati, d'altra parte, è dipendente dalla situazione di subordinazione e caratterizzato da una maggiore scarsità di comunicazione.

Limiti all'accumulazione di potere derivano, inoltre, dalla forte interdipendenza tra i vari sottosistemi sociali, che danno forma e permettono l'emersione di diverse forme di influenza sociale, e dalla natura fluida e diffusa dei loro rispettivi mezzi di comunicazione. I tipi di relazione che caratterizzano i vari sottosistemi influenzano il sistema sociale nel suo insieme. Forme rilevanti di potere sociale continuano a formarsi al di fuori di un qualunque rapporto con il sistema politico (es. sacerdoti, proprietari, etc.), generando e conservando limiti alla possibilità di politicizzare il potere. La formazione-differenziazione di sistemi politici particolari crea, infatti, un sottosistema sociale in grado di esercitare una superiorità schiacciante nell'utilizzo della forza fisica, ma non monopolizza completamente il potere. Ancor più,

l'influenza dei mezzi di comunicazione caratteristici di un sottosistema non può essere limitata a questi, ma caratterizza l'intero sistema sociale e tutti i suoi sottosistemi. "Essi non possono essere limitati né isolati entro sistemi parziali... esistono insiemi di relazioni che non possono essere eliminati dall'orizzonte delle possibilità che contraddistinguono l'interazione umana" e "ovunque gli uomini comunicano fra loro, è probabile che essi si orientino alla possibilità di danneggiarsi reciprocamente, influenzandosi con ciò a vicenda. Il potere è una categoria universale dell'esistenza sociale propria dell'esperienza umana." (Luhmann, 1986: 105) In altri termini, l'influenza esercitata attraverso uno specifico mezzo di comunicazione può essere 'convertita' ed utilizzata al fine di esercitare influenza "in base alle condizioni stabilite entro un altro mezzo di comunicazione." (ibidem: 107) Il sapere, come il denaro e la proprietà possono trasformarsi in potere; ma il sistema sociale deve impedire che queste conversioni siano del tutto arbitrarie e libere creando barriere alle trasformazioni, pena la riduzione o l'annullamento della differenziazione dei mezzi di comunicazione e il rimescolamento dei simboli specifici ad essi assegnati¹³.

Luhmann ritiene, ancor più, che esistano differenze sostanziali tra il concetto di potere (mezzo di comunicazione specifico del sistema politico, focalizzato sulla la trasmissione di prestazioni riduttive riguardo ad azioni e decisioni) e l'influenza sociale più generale (trasmissione generale di prestazioni riduttive). L'influenza sociale presuppone sempre la creazione, attraverso l'utilizzo e lo scambio di simboli, di un qualche orientamento comune rispetto al senso che favorisca specifiche possibilità di selezione, renda più probabili differenti e desiderate forme di riduzione della complessità. L'accettazione dell'influenza non è scontata e il soggetto su cui viene esercitata può rifiutare la comunicazione-influenza se non sufficientemente motivato a compiere una specifica selezione. "Il soggetto che agisce vive la propria situazione e le proprie possibilità come un qualcosa di contingente e di dotato di senso. Accettare

un'influenza significa per lui compiere una selezione, e per farlo egli ha bisogno di motivazioni." (Luhmann, 1979: 86)

Le motivazioni, come ogni elemento dotato di senso, possono, però, essere generalizzate; ovvero rese relativamente indipendenti da specifici contesti spazio-temporali e sociali. Il senso, infatti, "si costituisce sempre contemporaneamente in termini temporali, materiali e sociali" e "viene generalizzato nella misura in cui lo si rende autonomo da differenze presenti nelle singole dimensioni, autonomo, cioè, dai tempi in cui un'esperienza viene vissuta, da ciò che viene esperito e dai soggetti specifici che vivono una determinata esperienza."¹⁴ (ibidem: 87)

La generalizzazione temporale delle motivazioni, elimina le differenze rispetto al tempo e spinge all'accettazione di un'influenza in base a precedenti esperienze (*autorità*); ovvero le probabilità di realizzazione di una comunicazione-influenza si rafforzano grazie a precedenti successi che consolidano aspettative reciproche. Il rifiuto, nel corso del tempo, diventa una possibilità remota e imprevista e l'autorità sussiste senza necessità di giustificazione, essendo fondata sulla tradizione. La generalizzazione materiale neutralizza differenze tematiche-contenutistiche e la comunicazione-influenza viene accettata in base ad esperienze positive precedenti rispetto ad altri contenuti o situazioni differenti (*reputazione*). L'accettazione relativamente acritica di forme esplicative e argomentative, dimostrate efficaci in precedenti situazioni, viene trasferita a nuove situazioni e tematiche. La reputazione ha, quindi, a che fare con l'argomentazione e sfocia nella costruzione di 'verità', attraverso la sospensione della critica e della verifica delle argomentazioni. La generalizzazione sociale neutralizza le differenze sociali e l'influenza viene accettata per imitazione uniformante di comportamenti altrui (*direzione*).

Le generalizzazioni motivazionali riguardano tutti i tipi di influenza sociale, ma il poter è maggiormente in grado di "rendersi autonomo da determinati presupposti motivazionali... Lo sviluppo della differenziazione di un codice del potere attua... in una certa misura

l'indipendenza dei processi di influenza da condizioni troppo concrete" (Luhmann, 1979: 93). Il potere, grazie alla possibilità di far ricorso alla forza, si fonda sulla creazione-trasmissione di una griglia di preferenze rispetto ad azioni potenziali che "può essere standardizzata rendendola indipendente dalla tradizione o da prove di validità offerte in precedenza, e di conseguenza anche dal vincolo a determinati temi, persone, tipi di ruoli o contesti collegati con quelle precedenti prove di validità." Il potere è, cioè, meno soggetto a cambiamenti tematici, situazionali o delle persone che lo detengono. La differenziazione del potere abilita, così, processi di influenza maggiormente selettivi e che possono essere estesi a situazioni molto più eterogenee e varie. "La tecnicità del potere annulla certi limiti della generalizzazione di aspettative sorte spontaneamente dall'esperienza sociale, offrendo delle possibilità che vanno oltre questo tipo di generalizzazione e fornendo con ciò delle libertà di scelta più ampie entro il sistema. In questo modo aumenta anche la selettività delle decisioni assunte dal potere e infine la selettività del codice di potere stesso." (ibidem: 92-94)

Potere, Struttura e Agency

“Gli uomini fanno la propria storia, ma non la fanno in modo arbitrario, in circostanze scelte da loro stessi, bensì nelle circostanze che trovano immediatamente davanti a sé, determinate dai fatti e dalle tradizioni.”
(Marx, 1852: 10)

Il potere, per Luhmann, è un mezzo di comunicazione, basato sulla generalizzazione simbolica, specifico del sottosistema politico, per quanto individua influenze sociali di tipo diverso da parte degli altri sottosistemi sociali. Giddens, al contrario, ritiene il potere una dimensione essenziale ed elementare delle totalità sociali in generale, legata alla relazione tra struttura e azione.

Il potere rappresenta la capacità trasformativa dell’agire, del fare o del far fare ad altri delle cose¹⁵; esprime vincoli ma insieme abilità gli agenti sociali all’azione. “Il potere... non è un ostacolo alla libertà o all’emancipazione, anzi è il loro strumento.” (Giddens, 1986: 250) Tutti gli attori sociali compiono azioni, ovvero scelgono un corso d’azione essendo in grado di agire diversamente; in questo modo ‘fanno una differenza’ rispetto a uno stato di cose preesistente. Perdere la capacità trasformativa di ‘fare una differenza’ equivale a cessare di essere un agente e a non esercitare più una qualche forma di potere. Un agente è in grado “to make a difference to the world, and to be able to make a difference is to have power (where power means transformative capacity).” (Giddens, 1985: 11)

L’esistenza di relazioni di potere asimmetriche non elimina la capacità dei subordinati di esprimere forme di potere e applicare proprie contro-strategie, anche in situazioni di intenso controllo da parte delle élite sociali. I gruppi sociali capaci di esercitare un maggiore potere devono, infatti, sempre ottenere l’obbedienza dei subordinati; e tutte le forme di potere e controllo hanno debolezze che possono essere sfruttate per ritagliarsi una propria sfera di autonomia e per influire sulle persone che quel controllo lo

esercitano. La *dialettica del controllo*, per Giddens, è una caratteristica onnipresente delle relazioni di potere. Tutte le forme di potere, dominio e controllo “have their ‘openings’ that can be utilized by those in subordinate positions to influence the activities of those who hold power over them.” (ibidem: 11)

Il potere subito esprime, quindi, un vincolo all’azione, quello esercitato abilita la capacità trasformativa degli attori sociali. I vincoli del potere si esprimono attraverso le sanzioni, la cui forma più estrema è la violenza. Violenza e sanzioni di altro tipo, in genere, non sono rese visibili, applicate, se non in casi di trasgressione (preventivamente o a posteriori). La violenza è, nel mondo moderno, una forma di sanzione molto raramente utilizzata, solitamente per un periodo di tempo molto ridotto, ed è l’unica forma di sanzione che può ridurre chi la subisce all’impotenza. In tutti gli altri casi, è necessaria una qualche forma di acquiescenza da parte di chi subisce la sanzione, da ciò nasce la dialettica del controllo.

Dialettica che non implica una qualche forma di simmetria o equivalenza nei rapporti di potere, caratterizzati al contrario da forti squilibri, tanto che “il vincolo di una persona è l’abilitazione di un’altra” (Giddens, 1986: 173).

I vincoli all’azione degli agenti non derivano soltanto dal potere altrui. Esistono vincoli materiali, (ambiente e corpo) e vincoli strutturali. Le strutture¹⁶, insiemi di regole e risorse, contemporaneamente, vincolano e abilitano l’azione degli attori sociali. Le proprietà strutturali delle totalità sociali organizzano ed influenzano l’agire degli attori sociali; ma insieme l’abilitano e favoriscono. Tra azione e struttura esiste un rapporto complesso, la struttura vincola ed abilita l’azione, ma è l’azione degli attori sociali che garantisce la riproduzione sociale (*dualità della struttura*). La struttura, per Giddens, è “mezzo e risultato della condotta che organizza ricorsivamente; le proprietà strutturali dei sistemi sociali

non esitono al di fuori dell'azione, ma sono costantemente coinvolte nella sua produzione e riproduzione" (ibidem: 363).

La ricorsività della vita sociale, la sua routinizzazione sono centrali per la riproduzione sociale e sistemica e per il funzionamento dei rapporti di potere. I rapporti di potere non sono sempre, infatti, così chiaramente visibili-riconosciuti e l'acquiescenza ad essi, l'accettazione di un'influenza altrui sul proprio comportamento, spesso avviene quasi in automatico, senza una specifica motivazione cosciente. I rapporti di potere "si annidano più in profondità proprio in quei modi di condotta che sono dati per scontati da chi li pratica, soprattutto nel comportamento routinizzato che è motivato solo in modo generico". (Giddens, 1986: 173)

Le motivazioni degli attori nascono processualmente all'interno della continuità routinizzata della vita sociale e, spesso, non hanno un impatto diretto sull'azione, piuttosto forniscono progetti e programmi generali d'azione. Molti comportamenti sociali sono scarsamente motivati e nascono riflessivamente e relazionalmente. Gli attori sociali monitorano costantemente, infatti, le proprie azioni, il contesto in cui queste prendono forma, le azioni degli altri attori e il flusso ininterrotto del vivere sociale; e adeguano il proprio comportamento a queste nuove informazioni. Il *monitoraggio riflessivo* permette di modificare le proprie azioni relazionalmente e contestualmente. La *razionalizzazione* dell'azione, altrettanto processuale-costante e a sua volta fortemente connessa con la conoscenza-competenza degli agenti, riguarda la capacità di restare in contatto e di esprimere i motivi per cui si agisce in un certo modo.

Monitoraggio riflessivo e razionalizzazione dell'azione sono processi costanti, solidali e ricorsivi incastonati nelle routine quotidiane. L'intenzionalità dell'azione sociale quotidiana è altrettanto processuale-relazionale, strettamente connessa a questi processi e alla ricorsività del flusso della vita sociale. "L'azione umana... si presenta come *durée*, come flusso continuo della

condotta. L'azione volontaria non è un aggregato o una serie di intenzioni, ragioni e moventi separati." (Giddens, 1986: 5)

L'attore sociale agisce all'interno dei flussi sociali costanti e ricorsivi e il sé si forma all'interno di questi. Le motivazioni e le cognizioni inconse sono solo una parte del sé agente che, solitamente, non influiscono in modo diretto sull'azioni da questo intraprese. Le motivazioni inconse (bisogni) sono connesse alla continuità dell'azione umana meno direttamente dei processi di razionalizzazione e monitoraggio riflessivo. Le motivazioni si riferiscono "al potenziale di azione, non al modo in cui questa viene svolta in permanenza dall'agente" (ibidem: 8).

Il sé agente è stratificato e costituito, oltre che dall'inconscio: dalla coscienza discorsiva e dalla coscienza pratica. La *coscienza discorsiva* riguarda condizioni sociali e del proprio agire che gli attori sono in grado di esprimere consapevolmente. La *coscienza pratica*, al contrario, condizioni sociali e del proprio agire non esprimibili verbalmente, la competenza incorporata semi-inconscievolmente nelle pratiche sociali della vita quotidiana; per quanto tra le due non esistano forti barriere come nel caso dell'inconscio. Coscienza discorsiva e coscienza pratica sono centrali nelle dinamiche d'azione volontaria e da esse, molto più che da motivazioni e cognizioni inconse, emerge l'intenzionalità processuale routinizzata dell'azione quotidiana.

L'intenzionalità processuale, la motivazione molto generica di tanta parte dell'azione sociale, creano un flusso di vita sociale dove, spesso, l'acquiescenza a forme di potere avviene in modo semi-inconscievolmente, pertanto in modo particolarmente efficace. Le routine sociali, ovvero, sono segnate da strutture di potere che si tende normalmente ad accettare a causa della natura ricorsiva dell'azione quotidiana e del suo essere data per scontata.

Il potere ha, infatti, due eccezioni o aspetti: il fare e il far fare agli altri. Potere come capacità trasformativa dell'agire umano, come azione-realizzazione di una differenza, "the capability of the actor to

intervene in a series of events so as to alter their course.” E potere relazionale, potere sugli altri, potere di fare una differenza attraverso l’influenza su altri. “Power in... relational sense is a property of interaction, and may be defined as the capability to secure outcomes where the realization of these outcomes depends upon the agency of others.” (Giddens, 1993: 117–118) Il potere relazionale, riguarda il dominio e le relazioni asimmetriche di potere.

Le relazioni di potere asimmetriche nascono da una differente distribuzione sociale di accesso e possibilità di mobilitazione di risorse di potere; per quanto tutti gli agenti, anche nelle situazioni di maggior dominio, mantengono: un qualche accesso a risorse di potere, una qualche forma di controllo sulla propria sfera di azione personale e di influenza sugli attori sociali dotati di maggior potere (dialettica del controllo).

Le risorse su cui il potere si fonda, e attraverso cui viene generato ed esercitato, sono di due tipi: allocative e autoritative. Le *risorse allocative* sono materiali, hanno a che fare con il controllo di oggetti e fenomeni materiali; comprendono: aspetti dell’ambiente (es. materie prime), mezzi di produzione/riproduzione (es. tecnologia), e beni prodotti attraverso l’interazione tra le materie presenti nell’ambiente e i mezzi di produzione. Le *risorse di autorità* “hanno a che fare con tipi di capacità trasformative che producono il controllo di persone e attori” (Giddens, 1986: 35). Riguardano: l’organizzazione del tempo-spazio sociale, la produzione/riproduzione del corpo e l’organizzazione delle occasioni di vita¹⁷. Le *risorse di autorità* sono maggiormente legate a fenomeni simbolici e culturali, ma sono al contempo altrettanto strutturali ed importanti delle risorse allocative per l’accumulazione di potere.

Il potere e il suo esercizio quotidiano e costante, non legato a fenomeni conflittuali o all’emergenza di crisi, presuppone inoltre l’esistenza di strutture di dominio, “attraverso le quali opera quel

potere che ‘scorre liscio’ (e, per così dire, non visto) nei processi di riproduzione sociale.” (ibidem: 250). Il potere e le strutture di dominio sono parte integrante della società e delle sue istituzioni. “All social systems of any duration involve an ‘institutional mediation of power’”. Il dominio si esprime, così, come “modes of control, whereby some agents seek to achieve and maintain the compliance of others” (Giddens, 1985: 9).

La mediazione istituzionale del potere fondato sulle risorse allocative è rappresentata dalle istituzioni economiche, quella fondata sulle risorse autoritative dalle istituzioni politiche. Tali istituzioni sono strettamente connesse: agli ordini simbolici/modi di discorso, ovvero l’ordine istituzionale relativo alla significazione; e alle istituzioni normative, ordine istituzionale relativo alle strutture della legittimazione.

Il legame tra le strutture, le istituzioni del potere e i processi culturali è stringente. Nei sistemi sociali sono, infatti, distinguibili tre dimensioni strutturali, strettamente interconnesse e separabili solo a scopo di analisi: significazione, dominio e legittimazione. Gli stessi ordini istituzionali a cui danno vita si formano principalmente sulla base di una di queste dimensioni, ma contemporaneamente vedono il coinvolgimento delle altre strutture. Le istituzioni politiche emergono, ad esempio, dall’interazione delle strutture di dominio con quelle della significazione e della legittimazione; mentre gli ordini simbolici dalle strutture di significazione, in interazione con strutture di dominio e di legittimazione.

Le strutture di dominio e il potere influiscono sulla vita sociale in altri due modi peculiari; ovvero attraverso i processi di posizionamento e di regionalizzazione, legati alla generazione e all’utilizzo di risorse di autorità. Il *posizionamento* ha a che fare con: l’inserimento degli attori sociali in contesti spazio-temporali e relazionali, con l’attribuzione di una posizione sociale, un’identità, a cui sono connessi diritti e doveri, relazioni e obblighi sociali, sanzioni e modalità di condotta. Il posizionamento è strettamente connesso

alla *regionalizzazione* della vita sociale, alla creazione di contesti spazio-temporali e relazionali capaci di dar forma alle pratiche sociali routinizzate e alle interazioni sociali che vi prendono corpo. Il potere agisce creando località e 'stazioni' e posizionando gli individui in esse. Le località sono, infatti, "spazi usati per fornire *ambienti* di interazione, che sono a loro volta essenziali per specificare la *contestualità* dell'interazione stessa". Il contesto sociale, creato in questo modo, connette "le componenti più intime e minute dell'interazione con proprietà dell'istituzionalizzazione della vita sociale molto più estese". (Giddens, 1986: 117–118) Un esempio tipico di locale, inteso in questo senso, può essere la scuola. La scuola organizza, abilita e produce un determinato tipo di interazioni, relazioni e pratiche sociali; mediante la creazione di un contesto istituzionalizzato specifico e il posizionamento differenziale degli attori sociali in esso (a cui è connessa una serie di obblighi e diritti differenti molto forti, una serie di pratiche sociali e modalità di condotta molto stringente, e una serie di sanzioni capaci di influire nel profondo della vita individuale).

La regionalizzazione della vita sociale è centrale per l'esercizio, l'emersione e l'accumulazione del potere. Una forma di regionalizzazione particolarmente importante nelle società moderne è rappresentata dallo Stato-Nazione, che emerge all'incrociarsi simbiotico e contraddittorio dello sviluppo del capitalismo e dell'incremento-accumulazione del potere amministrativo. Lo Stato-Nazione è un particolare tipo di locale, funziona come un 'power containers', un'aria circoscritta che favorisce la generazione di potere amministrativo. La nascita degli Stati-Nazione è, per Giddens, fortemente connessa all'incremento del potere amministrativo centralizzato, grazie anche a tecnologie medialì capaci di favorire l'accumulazione e l'immagazzinamento di dati sulla società e sulla popolazione (immagazzinamento di risorse di potere autoritative) e all'incremento della sorveglianza e della disciplina. La sorveglianza e la disciplina, per l'autore, sono due

forme-strumenti del potere amministrativo. Il potere disciplinare dipende dalla sorveglianza in due sensi: il primo riguarda la creazione e l'immagazzinamento di informazioni, soprattutto sulle persone (sotto forma di record personali); il secondo la sorveglianza e la supervisione dirette.

La sorveglianza diretta, estesasi notevolmente, prende forma attraverso la creazione di contesti-aree spazio-temporali e sociali in cui le pratiche sociali possono essere continuamente osservate nel tentativo di controllarle (es. il posto di lavoro). La sorveglianza diffusa riguarda "the policing of the routine activities of the mass of the population, by specialized agencies" e la sanzione-gestione della devianza. È "a generalized phenomenon enhancing internal pacification through promoting the discipline of potentially recalcitrant groups at major points of tension, especially in the sphere of production" (Giddens, 1985: 187)

Lo Stato-Nazione moderno attraverso la generazione, l'accumulo e l'immagazzinamento di potere penetra nel sociale e pacifica uno specifico frammento di spazio-tempo. Contemporaneamente, è anche espressione di una contraddizione strutturale: tra accumulo privato del capitale e produzione socializzata. Le contraddizioni strutturali si verificano quando i principi strutturali operano in contraddizione; ovvero "l'uno nei termini dell'altro, ma contravvengono anche l'uno all'altro." (Giddens, 1986: 190) Rappresentano una disgiunzione tra i principi strutturali di un sistema sociale, che dipendono uno dall'altro, ma tuttavia si negano e oppongono a vicenda. Le contraddizioni strutturali possono generare conflitti sociali (es. capitalisti/operai). "Conflitto e contraddizione tendono a coincidere perché la contraddizione esprime le principali 'linee di frattura' della costituzione strutturale dei sistemi sociali." (ibidem: 195)

La contraddizione centrale degli Stati-Nazione moderni ha generato grandi conflitti, ma tramite la penetrazione del potere nel sociale e il disciplinamento-sorveglianza di gruppi potenzialmente devianti, si è riusciti quasi sempre ad eliminare i conflitti più accesi.

Le strutture del dominio sono riuscite a consolidare le relazioni strutturali e sociali. L'incremento dei poteri amministrativi dello stato, tuttavia, dipende dalla "mobilization of social activities via the expansion of surveillance", questo necessariamente "increases the reciprocal relations between those who govern and those who are governed. The more reciprocity is involved, the greater the possibilities the dialectic of control offers subordinate groups to influence the rulers." (Giddens, 1985: 201–2)

Dominio, dialettica del controllo e relazioni di potere sono, infine, coinvolti nella riproduzione-produzione delle totalità sociali e delle loro strutture¹⁸. Giddens individua due modalità principali in cui l'azione e la riflessività degli attori sociali riproduce-produce le strutture sociali, attraverso: le conseguenze involontarie dell'azione e l'autoregolazione riflessiva. La prima riguarda conseguenze non volontarie e non previste dell'azione volontaria degli individui. Un gruppo di studenti di estrazione operaia, ad es., ribellandosi a scuola contro l'autorità sociale e contro le proprie 'prevedibili' aspettative future lavorative e di vita (azione volontaria; in cui è presente, discorsivamente e pragmaticamente: conoscenza profonda delle condizioni sociali generali, specifiche della scuola e del mondo del lavoro, e delle proprie condizioni di azione e vita); finisce per riprodurre quelle condizioni (conseguenza involontaria che favorisce la riproduzione sistemica) di vita a cui si oppone e la classe operaia stessa (disponibilità di lavoro salariato generico), attraverso l'abbandono scolastico e l'ingresso anticipato nel mondo del lavoro che finisce per relegarli a mansioni di basso rango (riproducendo la classe operaia e incastrandoli in quelle vite vuote a cui cercavano di sfuggire con la ribellione)¹⁹.

L'autoregolazione nasce dalla riflessività degli attori sociali e genera azioni volontarie che provano a modificare le condizioni di riproduzione sistemica e le strutture sociali. L'autoregolazione riflessiva riguarda "circuiti causali con effetto di retroazione sulla riproduzione sistemica, dove tale retroazione è influenzata in modo

sostanziale dalla conoscenza dei meccanismi della riproduzione sistemica posseduta dagli agenti, e da essi impiegata per controllarla.” (Giddens, 1986: 361)

Il legame tra le conoscenze degli agenti e la loro capacità di mobilitare risorse di potere al fine di influenzare le condizioni di riproduzione sistemica è evidente nel caso dell'autoregolazione, ma sussiste anche per quanto riguarda le conseguenze non volute dell'azione. In entrambi i casi, il potere di agire e trasformare un corso di eventi o influenzare la riproduzione delle strutture sociali è centrale; e si fonda sulla comprensione delle condizioni sociali. L'accesso e la mobilitazione di conoscenza e potere non sono equamente distribuiti nella società; e la capacità di comprendere e 'penetrare' le condizioni di riproduzione sistemica è particolarmente legata alla collocazione sociale del sé agente.

Network Society: Potere e contro-potere

“La principale battaglia che si gioca nella società è quella per le menti degli individui” (Castells, 2007: 1)

Il sé agente è inserito-inscritto in reti di significato e potere. Le reti di comunicazione socializzata sono l'ambiente, intriso e solcato da relazioni di potere e dominio, in cui il senso del sé e la produzione sociale del significato prendono forma. I modi di pensare delle persone determinano “la sorte di leggi e valori su cui le società si fondano” (Castells, 2007: 1). Il potere è strettamente connesso, di conseguenza, alla comunicazione; processo di mediazione attraverso cui i modi di pensare vengono creati e ricreati.

Castells riconosce la natura ambivalente e relazionale del potere: violenza e costruzione di significato. “Il potere è la capacità relazionale che permette ad un attore sociale di influenzare asimmetricamente le azioni di altri attori sociali in modo tale da favorire la volontà, gli interessi e i valori dell'attore che esercita il potere. Il potere è esercitato con mezzi di coercizione (o con la possibilità di ricorrervi) e/o con la costruzione di significato sulla base di discorsi attraverso i quali gli attori sociali guidano la loro azione.” (Castells, 2009a: 1) Tra i due meccanismi di formazione ed esercizio del potere, per l'autore, “esiste un rapporto di complementarità e reciproco sostegno” (Ibidem: 3), ma nella società attuale le reti di comunicazione assumerebbero un ruolo centrale. “Il nostro contesto storico è contrassegnato dai contemporanei processi di globalizzazione e dall'emergere della società in rete, gli uni e l'altra basati su reti di comunicazione che elaborano conoscenza e pensieri per fare e disfare la fiducia, la fonte decisiva del potere.” (Ibidem: 9) La repressione, inoltre per l'autore, non può rappresentare una base stabile di potere e il potere fondato esclusivamente sulla violenza non può dar vita a sistemi istituzionali duraturi.

La battaglia per le menti, il conflitto sui significati sociali avviene attraverso processi comunicativi. La comunicazione crea e disfa fiducia e legittimità; riproduce e trasforma il senso del sociale e di, conseguenza, il sociale stesso. “The communication realm is the social sphere where values and interests of conflicting actors are engaged in struggle and debate to reproduce the social order, to subvert it, or to accommodate new form resulting from the interaction between the old and the new.” (Castells, 2013: 8)

La centralità dei processi di conoscenza e delle reti porta a cambiamenti sociali (Network Society) profondi che, senza eliminare altre fonti di potere e valore, rendono la comunicazione ancor più centrale nelle dinamiche ibride del potere. Le dinamiche di potere e contropotere mutano. L’evoluzione tecnologica favorisce l’emersione delle reti, le dinamiche spazio-temporali cambiano in modo deciso, la libertà e le opportunità di espressione e comunicazione crescono, e le reti di comunicazione abilitano nuove forme di organizzazione e coordinamento di massa.

La centralità nuova delle reti è dovuta a caratteristiche proprie di queste strutture (flessibilità, scalabilità, capacità di sopravvivenza) esaltate dalle nuove configurazioni socio-tecnologiche della tardo-modernità che permettono di superare i limiti storicamente incontrati da questa forme di organizzazione e interazione. I flussi informativi lenti e monodirezionali dei precedenti contesti storici rendevano le reti una forma organizzativa non particolarmente adatta al di là di una certa dimensione, complessità e volume di flussi. La rete non era sufficientemente ‘presente a se stessa’, in grado di esercitare riflessività, selettività e riconfigurarsi. L’autonomia dei singoli nodi era troppo limitata, “in quanto tale autonomia avrebbe richiesto la multidirezionalità e il flusso continuo di elaborazione interattiva dell’informazione” (Castells, 2009a: 23) I cambiamenti sociali e l’avvento delle tecnologie informatiche di comunicazione modificano il contesto eliminando i limiti materiali all’efficacia delle reti e rendendo le sue caratteristiche centrali determinanti.

Il tempo e lo spazio vengono trasformati dalle mutazioni in corso. Il tempo si sgancia dal divenire, dalla sequenzialità; è acrono: mescola presente, passato e futuro. Comprime le attività sociali in istanti senza tempo. Il *tempo acrono* si definisce in connessione con le tecnologie dell'informazione e della comunicazione e tenta incessantemente di annullare il tempo negando la sequenzialità. Le reti di comunicazione abilitano, inoltre, nuove forme di condivisione del tempo e di interazione sociale slegate dalla contiguità spaziale. Lo *spazio dei flussi* si riferisce, proprio, alla possibilità di praticare la simultaneità in assenza di compresenza spaziale e alla possibilità di interazione asincrona a distanza. Molte delle interazioni e dei processi sociali centrali nelle società tardo-capitaliste sono fondati su simili forme di compresenza in assenza di condivisione di uno spazio e/o di un tempo. La ridefinizione dello spazio e del tempo portano a cambiamenti profondi. Le società industriali si organizzavano intorno al divenire e ad un'idea di progresso evolutivo, le società emergenti fanno della transitorietà perenne la loro regola strutturale. "Lo spazio dei flussi dissolve il tempo scompigliando la sequenza degli eventi e rendendoli simultanei nelle reti di comunicazione; pone così la società in una condizione di transitorietà strutturale: l'essere cancella il *divenire*" (Castells, 2009a: 35) Lo spazio dei flussi e il tempo acrono trasformano, inoltre, il contesto di esperienza degli individui e il rapporto tra globale e locale. I contesti di vita, i luoghi dell'esperienza, sono costituiti da tre elementi: luoghi fisici, reti materiali di comunicazione disponibili e flussi comunicativi. Le reti globali strutturano, così, profondamente i contesti di esperienza-azione ed esercitano un notevole potere di inclusione/esclusione. Insieme, la ridefinizione dello spazio e del tempo diviene un sito di contestazione e lotta²⁰.

Le nuove reti di comunicazione, la globalizzazione e i mutamenti culturali ed economici abilitano, inoltre per Castells, una maggiore libertà di comunicazione, per quanto in un contesto ambiguo e contraddittorio dominato dalla concorrenza oligopolistica di grandi

conglomerati mediali. La globalizzazione economica e la convergenza tecnologica hanno spinto-favorito la creazione di un numero limitato di conglomerati mediali che concorrono-cooperano oligopolisticamente per il controllo dei flussi mediali e delle reti di comunicazione. L'emersione della Rete e della comunicazione mobile inizialmente aveva favorito il decentramento del mercato, ma l'evoluzione delle nuove forme di comunicazione e nuove strategie di business maggiormente adatte al nuovo contesto hanno stimolato ulteriore concentrazione oligopolistica e l'espansione delle corporation a nuovi settori di business. La convergenza mediale e le tendenze verso la personalizzazione, unite all'incremento della possibilità distributive, spingono, inoltre, alla formazione di mega conglomerati mediali in grado di offrire servizi complessivi e personalizzati ai consumatori globali, attraverso ecosistemi sempre più chiusi-proprietari. Nonostante ciò, le barriere all'entrata presenti nel mercato mediale globale sono, per Castells, significativamente più basse rispetto al passato. La digital economy, fondata sull'innovazione e la creatività, abilita la creazione, a partire da idee e con una necessità minore di capitali e risorse, di nuove forme mediali e tecnologiche in grado di sfidare le restrizioni poste dai conglomerati oligopolistici²¹. Le reti digitali, inoltre, favoriscono una qualche forma di apertura delle compagnie verso i bisogni degli utenti e il loro desiderio di spazi liberi di comunicazione. Le aziende sono costrette ad aprirsi alla cultura della rete, cultura fondata sulla 'libertà' e la cui integrazione almeno parziale e contraddittoria nelle strategie di business è prerequisito di successo. L'autore ritiene che una compagnia che provasse a limitare troppo la libertà di comunicazione andrebbe inevitabilmente incontro alla riduzione degli utenti; anche grazie all'ingresso sul mercato, favorito da minori barriere, di nuovi soggetti pronti ad offrire prodotti e spazi più adeguati²².

L'incremento della libertà di comunicazione è, però, maggiormente dovuto alle forme più radicali-normali di interazione-comunicazione abilitate dalle reti elettroniche e mobili. La *mass self-*

communication, resa possibile dalle reti digitali e mobili rappresenta, per Castells, un cambiamento radicale delle dinamiche comunicative e di potere. I network digitali permettono agli individui e alle organizzazioni di produrre e distribuire messaggi e contenuti “largely bypassing the control of corporations and bureaucracies”. Le tradizionali comunicazioni erano strutturate secondo un processo *one to many*, le reti digitali e mobili abilitano la comunicazione distribuita *many to many*; aggirando le restrizioni, il potere di gatekeeping e i controlli centralizzati. L’incremento della libertà di comunicazione e di spazi sociali aperti al contributo di tutti, all’irritazione e al conflitto è considerevole; e genera trasformazioni profonde. “Free communication is the most subversive practice of all, because it challenges the power relation embedded in the institutions and organizations of society.” (Castells, 2013: 6)

Le reti abilitano, inoltre, nuove forme organizzative e di coordinamento che favoriscono l’emersione dal basso di partecipazione politico-culturale, l’aggregazione di domanda e malcontento sociale, e la formazione-generazione di movimenti politici.

Castells, analizzando le relazioni di potere nelle società odierne, individua non tanto la trasformazione totale delle fonti del potere sociale (discorsi e violenza), quanto la mutazione delle dinamiche del potere, dei contesti e delle modalità in cui prendono forma. Il terreno su cui le relazioni di potere operano è profondamente cambiato. L’articolazione tra globale e locale, e le reti, assumono una centralità inedita. Il potere è sempre di più “organizzato intorno a reti, non a singole unità”. Molto spesso, per l’autore, “*chi detiene il potere sono le reti stesse*” (Castells, 2009a: 45–50) Reti da intendersi non in senso astratto, tecnico o come agenti inconsapevoli o automi, ma come reti di persone organizzate intorno a obiettivi e interessi. Il potere nella Network Society

risiede, si forma, emerge, è esercitato, scambiato, trasformato e ricreato tramite le reti.

Il potere nelle società tardo-moderne assume, di conseguenza, quattro forme distinte, legate alle dinamiche reticolari caratterizzanti gli odierni scenari relazionali: *networking power*, *network power*, *networked power*, e *network-making power*.

Il *Networking Power* riguarda le dinamiche di inclusione/esclusione e la capacità di una rete di influenzare, esercitare potere, su chi è escluso da essa. Le relazioni di potere nelle varie reti sono varie quanto le reti sociali esistenti, ma una forma generale di esercizio del potere, comune a tutte le reti, riguarda l'esclusione/inclusione nella rete stessa.

Il *Network Power* riguarda i protocolli di comunicazione (standard) di una rete. Regole di inclusione e di coordinamento che vincolano tutti i nodi della rete, rendendone possibile il funzionamento e l'esistenza come struttura comunicativa e relazionale. I protocolli di comunicazione, a secondo dell'apertura della rete, possono essere negoziati, ma tendono a favorire gli interessi-obiettivi degli attori sociali che hanno stimolato la formazione della rete e istituito i protocolli. Gli standard permettono il coordinamento dei nodi e degli attori sociali della rete, ma in sostanza lo fanno adottando una soluzione specifica che tende ad escludere tutte le altre possibili.

Il *Networked Power* riguarda il potere all'interno delle reti e tra reti; ovvero la capacità di un attore di imporre la propria volontà ad un altro attore. Le relazioni di potere in ogni singola rete sono definite in base agli obiettivi programmati nella rete. L'analisi di una singola rete sociale potrebbe portare all'individuazione di un attore con un potere decisamente maggiore, molto più complicato diviene il confronto tra reti e attori di natura differente che definiscono il valore in modalità divergenti a secondo delle specifiche della rete. Le reti di potere differenti sono codipendenti e non è plausibile individuare un Potere superiore e determinante in via definitiva, in ogni caso e situazione (Capitalisti, Stati, Militari, etc.). L'impossibilità di individuare una singola rete o una serie di attori dominanti non

significa l'assenza di relazione di potere e di dominio, semplicemente riscontare-accettare la complessificazione sociale e la dispersione delle relazioni di potere. "Nuove forme di dominio e determinazione sono cruciali nel modellare la vita delle persone a prescindere dalla loro volontà." Le relazioni di potere non svaniscono, mutano-magmaticamente e continuano ad operare, "sia pure in nuove forme e con attori di nuovo genere" (Castells, 2009a: 45).

Il potere, nella Network Society, è proprio il potere-possibilità-capacità di creare e connettere reti. L'ultima forma di potere, il Network-Making Power, è quella maggiormente determinante e centrale nel contesto delle società in rete globale. "La capacità di esercitare il controllo sugli altri dipende da due meccanismi di base: 1) la capacità di costruire reti, e di programmare/riprogrammare reti alla luce degli obiettivi assegnati nella rete; e 2) la capacità di connettere e assicurare la cooperazioni di diverse reti". Il controllo dei punti di connessione tra le varie reti sociali e di comunicazione assicura la capacità di creare cooperazioni e sinergie, di coordinare obiettivi e strategie, e di combinare le risorse delle varie reti connesse. E, in definitiva, di contrastare "la concorrenza di altre reti con l'istituzione di forme di cooperazione strategica." (Ibidem: 46) La capacità di connettere reti rappresenta, in questo modo, un vantaggio competitivo decisivo. Maggiormente determinante nelle dinamiche di potere attuali risulta, però, la capacità di programmare gli obiettivi delle reti. Il potere di programmazione influisce sul potere di commutazione "perché i programmi delle reti determinano la gamma di possibili interfacce nel processo di commutazione". (Ibidem: 57) Il potere di programmare una rete ne determina obiettivi e dinamiche. I programmi delle reti sono, infatti, "finalizzati alla realizzazione di determinati interessi e valori sociali" e "i discorsi del potere forniscono obiettivi sostanziali ai programmi delle reti... inquadrano le opzioni su ciò che le reti possono o non possono fare". "Le reti elaborano i materiali culturali che sono

costruiti nel variegato regno del discorso.” “Idee, visioni, progetti e frame generano i programmi.” (Ibidem: 54-57-47)

Connessione di reti e programmazione/riprogrammazione di reti assumono quindi un ruolo decisivo nelle dinamiche di potere delle società in rete. Entrambe sono alle base dell’esercizio e della formazione sia del potere che dei contropoteri. Gli attori sociali che intendono opporsi-resistere al potere costituito devono operare attraverso i medesimi due meccanismi: provando a creare nuove connessioni tra reti o ad interrompere quelle esistenti; e tentando di creare nuove reti o di riprogrammare gli obiettivi delle reti esistenti. “Progetti e valori alternativi portati avanti dagli attori sociali che mirano a riprogrammare la società devono anch’essi passare attraverso le reti della comunicazione per trasformare la consapevolezza e i punti di vista nella mente delle persone perché contestino i poteri costituiti.” Discorsi e contro-discorsi emergono nella e attraverso la comunicazione e le reti di comunicazione globali. “Nella società in rete, i discorsi sono generati, diffusi, combattuti, interiorizzati e infine incorporati nell’azione umana, nel regno della comunicazione socializzata costruito intorno alle reti locali-globali di comunicazione multimodale, digitale, in particolare Internet e i media. Il potere nelle società in rete è il potere di comunicare.” (Ibidem: 56-57)

Disordine e Disciplina

Cap. 2

Egemonia e Differenze

“La coscienza viene alla luce con la rivolta.” (Camus, 2002: 19)

Cultura e potere. Conflitto e mutamento sociale sono i temi focali intorno a cui emergono, e si consolidano, i Cultural Studies. Spazio transdisciplinare, in costante movimento-mutamento, che prende forma in un'epoca e in una società caratterizzate da profondi mutamenti socio-culturali. Il contesto non è casuale; l'intento esplicito. Stimolare lo sviluppo di approcci teorici maggiormente in sintonia con la specifica congiuntura storica; interpretare criticamente i processi di mutamento in atto e, insieme, incidere su di essi. Teorie e approcci differenti confluiscono e si ibridano, unificati da un interesse comune per le pratiche culturali e le dinamiche di potere che le solcano. Il rapporto tra potere e cultura è il collante, e l'elemento distintivo, di un campo di studi magmatico e caratterizzato dal rapido susseguirsi di paradigmi teorici; conseguenza inevitabile del focalizzarsi su fenomeni emergenti, ancora in formazione; e, insieme, scelta teorico-metodologica. L'adozione di concetti e teorie viene continuamente sottoposta ad una critica autoriflessiva. I Cultural Studies adottano un "approccio dialogico alla teoria" (S. Hall, 1992: 289), rivisitano continuamente i propri assunti di partenza e 'combattono' costantemente con le teorie consolidate. Intento: incessante processo di formulazione di nuove teorie, meno astratte e più concrete, sempre inadeguate, ma che permettano di fare piccoli passi avanti nella comprensione dei processi culturali e di potere. La teorizzazione è un processo in costante divenire, "un vasto orizzonte... qualcosa che si muove nel

campo magnetico di alcuni concetti fondamentali ma ogni volta si avvicina a quanto c'è di autenticamente nuovo e originale nelle attuali forme della pratica culturale.” (S. Hall, 1986a: 185) Le categorie di pensiero maggiormente generali, i concetti al loro massimo livello di astrazione²³; sono difficilmente applicabili direttamente all'analisi di specifiche congiunture storiche. Il rapporto tra concetti e realtà empirica è un costante movimento tra differenti livelli di astrazione. Non tutti i concetti operano allo stesso livello. Nell'analisi di specifici fenomeni sono necessari concetti “alquanto ‘descrittivi’, storicamente determinati, legati al tempo e riferiti a qualcosa di concreto”²⁴ (S. Hall, 1989a: 103). Questo continuo scivolare della prospettiva teorica converge e insiste, però costantemente, intorno ad uno specifico campo di interesse (cultura/potere ed identità/corpo).

I Cultural Studies emergono da tentativi disparati, e spesso profondamente diversi, di confrontarsi con fenomeni “concreti” e problemi teorici, che il nuovo contesto socio-culturale, pone in massimo risalto. Intrattengono, sin dall'inizio, un rapporto contrastato e critico con il marxismo²⁵. Il nuovo campo va formandosi, proprio, attraverso una presa di distanza, e una profonda critica, alla pre-esistente tradizione marxista. Le critiche del nuovo approccio convergono intorno a due temi centrali. Il riduzionismo economico, ovvero una concezione del rapporto tra base (economica) e sovrastruttura (cultura) eccessivamente semplicistico (completa omologia tra i due livelli, con il primo che determina in maniera quasi immediata e totale il secondo); fortemente diffuso nell'ambiente²⁶ e che lascia poco spazio all'analisi del livello culturale e del suo ruolo nelle dinamiche di potere. E l'assenza, all'interno della tradizione teorica, di una vera teoria dei processi di significazione e identitari. I Cultural Studies adottano, al contrario, un concetto di cultura, strettamente legato ai contesti sociali, alle relazioni sociali e alle dinamiche del potere. “The culture²⁷ is the dimension of meaning and the symbolic – but

cultural studies has always looked at this in the context of the social relations in which it occurs, and asked questions about the organization of power.” (S. Hall, Osbourne, & Sagal, 1997: 1)

I tre principali precursori della nuova disciplina ebbero con l’ambiente culturale e con le teorie marxiste rapporti diversi, ma sempre almeno in parte critici. Hoggart è, tra i “padri fondatori”, quello maggiormente distante dalla tradizione; ne fu soltanto molto vagamente influenzato.

Williams, più direttamente coinvolto nell’ambiente marxista, è fortemente influenzato da questa tradizione, ma insieme fortemente critico verso di essa. L’autore trova non soddisfacente la teorizzazione marxista dei rapporti tra economia, relazioni sociali e cultura; e ritiene troppo ristretto il concetto di cultura utilizzato. Entrambi, a lungo punti critici di contatto tra l’emergente campo di studio e la tradizione già consolidata.

Thompson è più strettamente connesso e più esplicitamente marxista. Nonostante, ciò, sviluppa una critica profonda verso alcuni aspetti della tradizione teorica e in special modo verso lo stalinismo, il cui crimine teorico è quello di “forgets the creative sparks without which man would not be man” (1968: 125). L’autore sottolinea l’importanza degli aspetti creativi dell’attività umana, e di conseguenza delle idee e delle opinioni sul mondo, nei processi di mutamento sociale. Il ruolo dell’agency, l’assenza di spazi di manovra e ‘libertà’, la totale determinazione del soggetto, resteranno, anch’essi, a lungo una delle critiche di fondo dei Cultural Studies al marxismo.

Hall è ancora più critico verso il marxismo, un sistema di pensiero obsoleto e riduttivo. Formula, inizialmente, diverse obiezioni al paradigma, maggiormente legate ai cambiamenti in atto. Il ‘senso di classe’, ad esempio, viene spezzato - frammentato dall’emergere del consumismo; la vecchia cultura della classe operaia, ‘a whole way of life’ di Williams, si frammenta in una serie di lifestyles.²⁸

L'autore ritiene, ancor più, necessario superare i limiti teorici del marxismo per poter comprendere i processi culturali in atto. Il suo primo approccio al marxismo è dovuto più alla ricerca di un vocabolario teorico per lo studio critico delle culture dei 'subordinati', che ad una chiara adesione. Il marxismo era l'unico, o il più diffuso, vocabolario a disposizione; ma insieme era del tutto inadeguato, con la sua insistenza sull'economico e sulla classe sociale, per lo studio delle subculture dei giovani inglesi, in generale e ancor meno per l'analisi dei flussi culturali generati dai giovani migranti 'neri', che interessavano l'autore.²⁹

La critica alla tradizione marxista non si trasforma, però, in un abbandono di essa. Hall stesso inizia, e porta avanti a lungo, un processo di revisione ed arricchimento critico del paradigma (che fa parte di uno sforzo collettivo per definire una base metodologico-teorica più forte per la disciplina nascente).

La riscoperta del marxismo da parte dell'autore, e dei Cultural Studies più in generale, avviene attraverso la mediazione dello strutturalismo, e in particolare di Althusser (1971, 1974a, 1974b, 2008). Gli stimoli provenienti dallo strutturalismo spingono il magmatico campo in divenire a una revisione dei concetti elaborati in precedenza (durante la fase solitamente definita 'culturalismo'). La differenza tra i due approcci risiede, principalmente, nel modo in cui concepiscono l'esperienza. "Whereas, in 'culturalism', experience was the ground-the terrain of 'the lived'- where consciousness and conditions intersected, structuralism insisted that 'experience' could not, by definition, be the ground of anything, since one could only 'live' and experience one's conditions in and through the categories, classifications and frameworks of the culture." (S. Hall, 1980a: 68)

Lo strutturalismo, più che soluzioni, offre ai Cultural Studies stimoli e modalità nuove per concettualizzare le problematiche già individuate. Althusser, in particolare, incoraggia un'interpretazione meno riduttiva delle teorie di Marx. "Althusser persuaded me, and I

remain persuaded, that Marx conceptualizes the ensemble of relations which make up a whole society – Marx’s Totality – as essentially a complex structure, not a simple one.” (S. Hall, 1985: 1)

La relazione tra i differenti livelli non può essere semplice ed immediata; né può esistere un unico principio (la base) che determina interamente gli altri livelli (sovrastruttura), trasformandola in un semplice riflesso. Le società sono unità complesse, in cui ogni livello è insieme determinato e determinante (overdetermination).

Althusser riconosce, inoltre, che la contraddizione economica non è l’unica esistente. Esistono differenti contraddizioni sociali con origini differenti e in diversi livelli sociali, che si articolano tra loro in maniera divergente. L’unità formata attraverso la combinazione e l’articolazione di questi diversi livelli e differenti contraddizioni è sempre, e necessariamente, una ‘struttura complessa’, nella quale i diversi elementi sono collegati sia attraverso le differenze che le similitudini. “This requires that the mechanisms which connect dissimilar features must be shown-since no "necessary correspondence" or expressive homology can be assumed as given. It also means - since the combination is a structure (an articulated combination) and not a random association - that there will be structured relations between its parts, i.e., relations of dominance and subordination. Hence, in Althusser's cryptic phrase, a ‘complex unity, structured in dominance.’” (S. Hall, 1980b: 38)

Althusser stimola una revisione critica, anche, del concetto di ideologia. L’autore definisce le ideologie come “images, representations, categories through which men ‘live’, in an imaginary way, their real relation to their conditions of existence.” (S. Hall, 1980a: 20) L’ideologia è qualcosa di pratico più che un sistema di idee. Le ideologie sono localizzate materialmente, e quindi esaminabili in maniera più accurata nei loro effetti pratici, nelle istituzioni e apparati che le elaborano (Apparati Ideologici dello Stato). Queste istituzioni riproducono, attraverso l’ideologia, il punto di vista dominante e garantiscono la riproduzione dell’ordine

economico e sociale; falsificando reali condizioni di esistenza, attraverso categorie, immagini e framings.

Le ideologie, per essere efficaci, devono, però, essere in grado di interpellare i propri soggetti. L'io, lungi dall'essere il centro cosciente della produzione dei discorsi ideologici, è una categoria discorsiva contraddittoria creata dalle ideologie, in maniera incosciente. Althusser, in modo equivoco, inserisce il tema del soggetto dell'ideologia; della sua interiorizzazione inconsapevole attraverso l'ingresso nel linguaggio. Questo ha conseguenze profonde per il rapporto tra base/sovrastruttura e classe/ideologia di classe. Le classi sociali, per l'autore, non sono solamente strutture economiche, ma piuttosto formazioni complesse costituite da differenti pratiche (economiche, politiche ed ideologiche) e dalle influenze reciproche tra queste. Tra base e sovrastruttura esiste un rapporto reciproco di determinazione; è l'articolazione, la connessione tra i vari livelli che da luogo all'unità complessa che è la società.

Le teorie strutturaliste vengono adottate dai Cultural Studies, ma solo parzialmente. I punti critici sono diversi. La concezione dell'ideologia dell'autore è troppo unitaria e pervasiva, senza storia. L'ideologia parla e costituisce il soggetto; e attraverso il necessario ingresso nel linguaggio l'individuo viene iscritto in e da essa; restano davvero pochi spazi di manovra e poco margine per interpretazioni culturali divergenti. L'ideologia, funzionalizzata completamente dall'autore alla riproduzione dell'esistente, non può dar conto delle idee sovversive e della lotta ideologica. La riformulazione teorica del marxismo, da parte di Althusser, stimola più ampie revisioni, lo strutturalismo genera il post-strutturalismo. Hall trova in Laclau e Gramsci nuovi stimoli teorici. Il primo offre una concezione dell'ideologia che ne ammette la storicità e il pluralismo. Il secondo, che diverrà sempre più un riferimento teorico per i Cultural Studies, una versione complessa, storicizzata, non

deterministica del marxismo, che pone al centro dell'analisi la lotta ideologica.

Laclau (Laclau & Mouffe, 1985; Laclau, 1979, 1990, 2005, 2008, 2014) è interessato allo sviluppo di una teoria non riduttiva dell'ideologia e del suo funzionamento nella società. Gli elementi di un'ideologia, per l'autore, presi singolarmente non hanno specifiche connotazioni di classe; possono essere parte di ideologie diverse appartenenti a differenti formazioni sociali. Le connotazioni di classe nascono dall'articolazione di questi elementi in specifici discorsi ideologici. La concatenazione tra elementi interni dell'ideologia diviene più importante della connessione tra questa e una specifica formazione sociale; relazione che è soltanto il risultato di specifiche pratiche discorsive.

Il concetto di ideologia, di Laclau, è più limitato, meno totalizzante, riconosce l'esistenza di numerose ideologie; e non necessariamente presuppone che queste lavorino solamente a livello inconscio. L'autore recupera il concetto di interpellazione, ma in un contesto in cui ideologie diverse cercano di interpellare in maniera differente i soggetti. Un'ideologia 'appartiene' a una specifica formazione sociale nella misura in cui ha successo nel nominarla, nel catturare la sua attenzione.

Laclau rompe completamente con qualsiasi concetto di determinazione. Gli elementi, presi singolarmente, non hanno nessuna determinazione di classe; e la capacità delle ideologie e dei discorsi di determinare le formazioni sociali è problematica nei primi lavori dell'autore, assolutamente contingente nei successivi. Un'ideologia può potenzialmente determinare una posizione soggettiva; ma questa determinazione è soltanto una possibilità, non una certezza. La connessione - articolazione tra pratiche diverse è contingente, non necessaria. Tra ideologie e forze sociali, tra diversi elementi dell'ideologia e tra i diversi gruppi sociali esistono articolazioni potenziali e possibili multiple. "If class contradiction is the dominant contradiction at the abstract level of the mode of

production, the people/power block contradiction is dominant at the level of social formation.” (Laclau, 1979: 108) ‘The people’ è sempre un insieme di frazioni di classi diverse unificate non dalla loro relazione con il sistema di produzione, ma dal loro sottoscrivere, a vari livelli, una specifica formazione discorsiva ideologica. Di conseguenza qualsiasi frattura sociale, e non necessariamente quella economica, può essere l’elemento centrale di un’ideologia.

La nuova concezione dell’ideologia, offerta da Laclau, ammette la pluralità e la storicità delle ideologie; e permette lo studio di un numero maggiore di fratture/differenze sociali.

L’opera di Gramsci è complessa; si muove all’interno della teoria marxista, ma con l’intento di rinnovarla, arricchirla, attualizzarla. Ripudia ogni forma di riduzionismo economico e fa della relazione tra struttura e sovrastruttura il centro dell’analisi di specifiche congiunture storiche e delle forze sociali che in esse agiscono. Non abbandona lo studio della struttura e delle ‘relazioni oggettive’; queste pongono limiti, condizioni fondamentali, favoriscono l’emergere di specifici sviluppi. L’errore del riduzionismo economico sta, per l’autore, nel tradurre direttamente vincoli e tendenze in sviluppi politici e culturali completamente determinati, puri riflessi sovrastrutturali. La struttura definisce i limiti spaziali, l’orizzonte di possibilità, in cui si muovono le forze sociali. Sono i rapporti esistenti tra queste forze, gli equilibri instabili, ciò che va analizzato. Lo studio della cultura, delle industrie mediali e delle dinamiche di potere culturale e relazionale sono centrali per la lotta ideologica. Svelare i meccanismi del dominio significa analizzare criticamente il modo in cui, in specifiche circostanze storiche, le idee “‘organizzano’ le masse umane, formano il terreno in cui gli uomini si muovono, acquistano coscienza della loro posizione sociale, lottano ecc.” (Gramsci, 1975)

La coscienza della propria posizione sociale e il formarsi-generarsi dell’unità di una forza sociale non nascono direttamente dalla

posizione occupata nel sistema di produzione; piuttosto devono essere costruite attraverso pratiche economiche, politiche e ideologiche. Le ideologie non derivano da bisogni di classi completamente formate; ma, al contempo, non risultano efficaci se non riescono ad articolarsi con una specifica costellazione di forze sociali e con le fratture e i conflitti sociali.

L'ideologia, per Gramsci, è una concezione del mondo, una "filosofia... che abbia prodotto un'attività pratica e una volontà" e che contenga "una 'promessa' teorica implicita" (ibidem: II 1380); in grado di cementare ed unificare un blocco sociale. L'ideologia opera su due piani distinti. Il piano filosofico specialistico, che ne garantisce elaborazione e coerenza; e il piano della coscienza pratica e quotidiana. Solo la trasformazione del 'senso comune', del pensiero popolare, garantisce efficacia storica ad un'ideologia. Il 'senso comune' è il deposito stratificato in cui tracce delle più disparate filosofie si sedimentano e la coscienza popolare si forma. È il campo "del già formato e dato per scontato, sul quale devono lottare per la supremazia ideologie e filosofie più coerenti, e che le nuove concezioni del mondo devono prendere in considerazione, contestare e trasformare, se intendono modellare le concezioni che le masse hanno del mondo." (S. Hall, 1986b: 167)

La lotta ideologica non avviene attraverso la sostituzione di un intero sistema di pensiero con un altro altrettanto compiuto; ma attraverso la critica che porta ad "un processo di distinzione e di cambiamento nel peso relativo che gli elementi delle vecchie ideologie possedevano", (Gramsci, 1975, II 1058) e all'assunzione di alcuni di questi elementi come nucleo centrale di un nuovo complesso ideologico. La critica consiste, sostanzialmente, in un processo di de-costruzione e ri-costruzione ideologica; e nell'articolazione tra catene di idee e forze sociali.

Il conflitto ideologico è parte di un più complessivo scontro sociale, la cui posta in gioco è il potere e la leadership, l'*egemonia*. "Ma l'egemonia, nell'accezione di Gramsci, esige non la semplice ascesa al potere di una classe, con la sua compiuta 'filosofia', ma il

processo mediante il quale si crea un blocco storico di forze sociali e se ne assicura la supremazia.” (S. Hall, 1983: 139) L’egemonia è qualcosa di molto complesso, coinvolge molti ambiti sociali e non può essere ottenuta attraverso il ‘predominio’ in un’unica sfera sociale. “L’egemonia non viene esercitata soltanto in campo economico e amministrativo, ma include i settori critici della direzione culturale, morale, etica e intellettuale.” (S. Hall, 1986b: 161)

L’egemonia registra il passaggio dalla ‘guerra manovrata’ alla ‘guerra di posizione’ in campo politico; è un concetto legato a specifiche condizioni storiche³⁰ e, in particolare, allo sviluppo della democrazia, dello stato ‘moderno’ e della ‘società civile’. Gli antagonismi, le fratture sociali, si moltiplicano. Il potere si diffonde attraverso le relazioni e le istituzioni della società. Lo Stato sviluppa un apparato educativo sempre più vasto. Scuola, famiglia, istituzioni religiose, media, associazioni, identità sociali; si trasformano in trincee della nuova guerra di posizione. Il potere non è più, se mai lo è stato, qualcosa di conquistabile con un’unica manovra decisiva. La mitica presa della Bastiglia³¹ è, appunto, questo: un mito, un simbolo che cementa effervescenze sociali, idee emergenti e blocchi sociali in formazione. Non la prima manovra decisiva per la presa del potere da parte di un ben definito gruppo sociale, portatore di un coerente complesso di idee ed aspirazioni. La presa della Bastiglia è un simbolo che favorisce, abilita e cementa l’articolazione tra movimenti culturali e sociali disparati, e già in effervescente emersione, e più vaste formazioni sociali e culturali.

“Per Gramsci non c’è né pura coercizione né puro consenso, ma ci sono svariate combinazioni delle due.” (S. Hall, 1986b: 161) Un blocco di potere si forma dall’articolazione di più frazioni sociali all’interno di un progetto ideologico; e ottiene l’egemonia non solo mediante il potere economico e politico, ma conquistando, attraverso l’esercizio di leadership e autorità, il consenso dei governati.

L'egemonia non è qualcosa di stabile, è un equilibrio precario e magmatico. Il mutamento ideologico e la creazione di nuovi blocchi di potere sono sempre possibili; tramite processi di articolazione e dis-articolazione di idee e forze sociali.

I Cultural Studies trovano, in Gramsci, concetti fondamentali; ma nuovi approcci teorici, e nuovi fenomeni sociali, costringono a un'ulteriore riflessione teorica. La globalizzazione e la "rivoluzione culturale" cambiano il quadro di riferimento. La cultura, e le industrie culturali, penetrano e si espandono in ogni settore della vita sociale, assumono un peso economico maggiore, assorbono risorse sempre più consistenti, mediano ogni processo sociale. Ogni ferrea distinzione tra struttura economica e sovrastruttura culturale diviene difficile da sostenere "in circumstances where the media both form a critical part of the material infrastructure of modern societies and are the principal means by which ideas and images are circulated." (S. Hall, 1997a: 209)

La compressione spazio-temporale, la stratificazione dell'ambiente tramite la fusione-confusione di 'reale' e 'virtuale'; generano profondi mutamenti nella coscienza e nel contesto quotidiano di vita delle persone. La globalizzazione e il capitalismo internazionale rimescolano le culture. Il sincretismo e l'ibridismo divengono tratti caratterizzanti della realtà sociale. Le differenti culture si scontrano, ibridano e vengono trasformate in opportunità di consumo. Il capitalismo post-fordista non ambisce più all'omologazione; gioca sulla differenza, sulla proliferazione di modelli e di stili di vita. Produce e diffonde-pubblicizza nuove possibilità di esperire, nuove identità; e, contemporaneamente, penetra nel tessuto sociale. "La nuova cultura è inesorabilmente materiale nelle pratiche e nei modi di produzione. E il mondo delle merci e delle tecnologie è profondamente culturale." (S. Hall, 1989b: 257)

La pervasività evidente e plateale della cultura stimola, al contempo, nuovi approcci teorici (in particolare il 'post-modernismo' e le teorie di Foucault³²). Cambiamenti sociali ed

epistemologici convergono nel conferire maggiore importanza al linguaggio, alla rappresentazione e alla cultura; e, simultaneamente, a porre la questione urgente della formazione processuale delle identità e delle soggettività.

Hall, attraverso una revisione critica di questi approcci e degli scritti di Marx, e il continuo confronto con i mutamenti che emergono nella società, formula una propria teoria per cercare di dar conto delle dinamiche stratificate, ibride e polimorfe dei processi culturali e di potere. Sviluppa un marxismo senza garanzie, un post-marxismo che tiene conto delle questioni centrali dell'approccio, ma complessificandolo e arricchendolo; superandone i limiti.

Le ideologie sono, per Hall, “strutture mentali – linguaggi, concetti, categorie, immagini mentali e sistemi di rappresentazione – di cui si avvalgono le classi e i diversi gruppi sociali per dare un senso al modo in cui funziona la società, definirlo, comprenderlo e renderlo intellegibile.” (Hall, 1983: 121) Le relazioni economiche, la struttura, non prescrivono-determinano univocamente un'interpretazione culturale (sovrastuttura) delle condizioni sociali di vita. Le relazioni sociali, di produzione e non, sono suscettibili di diverse interpretazioni. La struttura ha, però, “effetti limitanti e conseguentemente vincolanti (ossia determinanti)... definisce i limiti del campo operativo e costituisce il ‘materiale grezzo’ del pensiero” (ibidem: 140). I vari livelli sociali si determinano reciprocamente. Le idee si sviluppano secondo propri processi evolutivi e mutano, si articolano e dis-articolano, tramite lo scontro ideologico e la lotta politica; sono relativamente indeterminate. La *determinazione* reciproca deve essere intesa come definizione di spazi operativi, di limiti e parametri.

L'autore rifiuta il rigido materialismo del marxismo, ma altrettanto il suo totale capovolgimento post-strutturalista e post-moderno in cui la società si trasforma in un campo discorsivo totalmente aperto.³³ Analizzare tutte le pratiche come nient'altro che discorsi è

una forma di riduzionismo, opposto, ma altrettanto semplicistico del materialismo 'volgare'; l'esistenza materiale svanisce completamente nel simbolico e nel linguaggio. L'ordine del discorso si trasforma in un concetto onnipresente e totalizzante in cui ogni cosa è, almeno virtualmente, articolabile con qualsiasi altra. Non esiste nessuna necessaria corrispondenza tra elementi, soggetti a continui e mutevoli processi di articolazione. Le connessioni tra elementi del discorso e tra elementi del discorso e attori sociali possono nascere esclusivamente attraverso lotte concrete. Hall non ritiene fattibile e teoricamente valida la trasformazione di ogni cosa in discorso o in un suo effetto. Riconosce la necessità di studiare "le condizioni materiali nella loro determinata forma discorsiva"; sottolinea, però, che il sociale funziona come un linguaggio, ma non lo è. La posizione discorsiva, per l'autore, corre "spesso il rischio di perdere il riferimento alla pratica materiale ed alle condizioni storiche" (S. Hall, 1986a: 195). Inoltre, per quanto non esista necessaria corrispondenza tra elementi del discorso e tra questi e le formazioni sociali, l'articolazione non è un processo del tutto aperto. Non soltanto a causa dei limiti fissati dalle condizioni materiali, ma per effetto soprattutto delle connessioni storicamente consolidate.

L'*articolazione* è "una forma di connessione che, in certe condizioni, può unire due elementi diversi... una connessione che non è necessaria, determinata, assoluta ed essenziale... tra... discorso articolato e le forze sociali con cui, in certe condizioni storiche, può – ma non necessariamente deve – essere connesso." (ibidem: 189) Linee tendenziali storiche intervengono, però, a rafforzare determinate articolazioni. Le connessioni precedentemente stabilite, le asimmetrie di potere, le connotazioni consolidate smussano il libero fluire dei concetti, delle loro relazioni interne e delle articolazioni tra questi e le forze sociali. La storia, i depositi stratificati di frammenti di ideologie del passato, stabilizza le articolazioni; ma non definitivamente o inevitabilmente. Le articolazioni possono essere sempre trasformate – ri-articolate,

“ma ci si scontra con le routine che sono già state articolate... ci si muove in senso opposto rispetto all’andamento delle formazioni storiche.” (ibidem: 190)

I concetti di determinazione e articolazione sviluppati da Hall riescono a tenere insieme, e prendere in considerazione, l’autonomia relativa dei vari livelli e, contemporaneamente, i condizionamenti reciproci. “La relazione tra forze sociali ed ideologia è assolutamente dialettica. Non appena emerge la visione ideologica, si manifesta il gruppo... è l’articolazione, la connessione non-necessaria tra una forza sociale che si sta creando e l’ideologia o le concezioni del mondo a rendere intellegibile il processo in corso, che comincia a portare sulla scena della storia una nuova posizione sociale e politica, una nuova serie di soggetti politici e sociali.” (ibidem: 192)

Il conflitto politico prende forma nei processi di articolazione e ri-articolazione. La trasformazione culturale scaturisce da una riorganizzazione degli elementi di una pratica culturale. Trasformazione che si scontra con il senso comune, il pensiero popolare, ciò che è ritenuto scontato-naturale. Campo di battaglia dove la critica ideologica prende forma e, insieme, posta in gioco dei processi divergenti di scontro per la conquista dell’egemonia.

L’egemonia emerge attraverso l’articolazione di differenti visioni e formazioni sociali in un progetto storico condiviso. I processi egemonici sono magmatici, multi- sfaccettati. Mutamenti nella società li complessificano ulteriormente, condizionano: le modalità di generazione ed esercizio del potere, e i processi di critica-conflitto ideologico³⁴. Nei micro-mondi della società civile, “si moltiplicano i centri di potere e di conflitto... Sono sempre più numerosi gli aspetti della nostra vita quotidiana che restano impigliati in queste forme di potere e nelle loro linee di intersezione.” (S. Hall, 1989b: 255) La politica si estende a sfere ritenute tradizionalmente apolitiche e segna sempre più i corpi. Le pratiche egemoniche devono tener conto, per Hall, di un numero

maggiore di sfere sociali, di micro-mondi e di centri di potere; e si giocano in buona parte nell'interiorità stessa dell'individuo, si incidono nella carne. Gramsci aveva riconosciuto la pluralità del sé e delle identità, collegando la natura sfaccettata del sé alla relazione tra questo e i discorsi ideologici, le visioni e le idee che circolano nella cultura di una determinata epoca. Hall registra l'importanza crescente della soggettività ('complessa, frammentaria e contraddittoria') e del suo formarsi in relazione a pratiche discorsive ed ideologiche.

L'identità, il soggetto e la soggettivizzazione, continua ad essere, però, il punto critico della maggioranza dei paradigmi teorici marxisti e centrati sul discorso o l'ordine simbolico. Entrambe le correnti di pensiero trasformano l'interpellazione e le posizioni soggettive costruite per il soggetto dal discorso in categorie a priori, che gli individui occupano in maniera inconsapevole e non problematica. L'assunzione di una posizione soggettiva che interpella, posiziona il sé, è un processo, al contrario, problematico e mai completo; un processo di creazione 'performativa'. Il rapporto del soggetto con le formazioni discorsive è, per Hall, un processo di articolazione, una relazione storica di corrispondenza non necessaria. L'identità è un punto di contatto-incontro-saldatura. Un punto di sutura "tra – da una parte – i discorsi e le pratiche che cercano di interpellarci, di parlarci o di sistemarci come soggetti sociali di determinati discorsi, e – dall'altra – i processi che producono soggettività, che ci costituiscono come soggetti che possono essere parlati. Le identità sono perciò punti di temporaneo attaccamento alle posizioni soggettive che le pratiche discorsive costruiscono per noi." (S. Hall, 1996: 318) Un'articolazione riuscita, sutura temporanea tra discorsi e sé; che presuppone, insieme, la costruzione di una posizione soggettiva da parte del discorso e un investimento da parte del sé in questa posizione. Il discorso interpella il sé, il sé si articola con il discorso. Hall considera l'identità "in terms of positionality. Identity is, for me, the point of suture between the social and the psychic. Identity is the sum of the

(temporary) positions offered by a social discourse in which you are willing for the moment to invest.” (S. Hall et al., 1997: 10)

I conflitti di potere riguardano, in larga parte, la creazione di punti di sutura efficaci per il sé, la messa in forma di un'unità sociale a partire dalla diversità radicale e dalla contingenza. L'egemonia è un processo di articolazione tra idee e formazioni sociali. Un blocco di potere emerge mediante un progetto storico, un'ideologia che contiene una promessa teorica, un anelito di futuro. L'egemonia unifica la diversità sociale, la trasforma e produce.

Gramsci individua tre momenti nella formazione di un blocco storico di potere. In un primo momento (economico-corporativo), alcuni gruppi professionali e lavorativi riconoscono di avere interessi in comune, ma non esiste ancora tra di essi una solidarietà più ampia (di classe). Questa si forma in un secondo momento (interessi corporativi), ma resta confinata al campo economico. “Si rivendica il diritto di partecipare alla legislazione e alla amministrazione e magari di modificarle, di riformarle, ma nei quadri fondamentali esistenti” (Gramsci, 1975: III 1583). L'egemonia si forma nel momento in cui, trascendendo i limiti della solidarietà economica, vengono inclusi nella nuova formazione socio-culturale alcuni interessi dei gruppi subordinati. “È la fase in cui le ideologie gemmate precedentemente diventano ‘partito’, vengono a confronto ed entrano in lotta fino a che una sola di esse o almeno una sola combinazione di esse, tende a prevalere, a imporsi, a diffondersi su tutta l'area sociale.” (ibidem: 1583) L'egemonia muta ed investe l'intera società, dando forma ad un'unità di intenti economici, politici, culturali e morali; “ponendo tutte le quistioni intorno a cui ferve la lotta non sul piano corporativo ma su un piano ‘universale’ e creando così l'egemonia di un gruppo sociale fondamentale su una serie di gruppi subordinati.” (ibidem: 1583-4)

L'egemonia di un particolare blocco storico di potere emerge attraverso questo processo di formazione che coordina interessi di una frazione dominante, interessi generali di altri gruppi e vita

pubblica; fondendoli in un'unica formazione socio-culturale e forgiando una volontà collettiva.

L'esplosione delle fratture sociali, la globalizzazione, la radicalizzazione della diversità individuale e sociale, la mutazione di media e tecnologie, l'insicurezza collettiva e la profonda contingenza di ogni contesto e situazione sociale tipiche del tardo-capitalismo spingono, però, diversi autori (Agamben, 1999; Hardt & Negri, 2001; Negri, 1981) a teorizzare una trasformazione del potere e delle sue dinamiche e ad adottare una concezione post-egemonica dei processi di dominio. I conflitti ideologici si organizzano lungo un numero molto più ampio di questioni e si frammentano. Le differenze sociali reclamate sono numerose e variegate. Le identità si fanno multiple e mobili, le soggettività sfuggono e si reinventano. I mutamenti sociali, culturali e tecnologiche danno forma a processi, maggiormente ibridi, sfuggenti, globali e imprevedibili. La diversità eccessiva e radicale appare non sintetizzabile. L'egemonia, per formarsi all'interno delle nuove condizioni della vita sociale, deve riuscire ad articolare un ampio repertorio conflittuale, difficilmente unificabile all'interno di un unico progetto comune. La guerra di posizione si fa sempre più complessa e abbraccia sempre più campi socio-culturali.

Le condizioni sociali mutate e una differente modalità di funzionamento del potere potrebbe aver causato una trasformazione epocale. "If the hegemonic order works through a cultural logic of reproduction, the post-hegemonic power operates through a cultural logic of invention, hence not of reproduction but of chronic production of economic, social and political relations." (Lash, 2007: 58) Gramsci stesso riteneva, d'altra parte, l'egemonia un processo storico ed un concetto valido per le società occidentali moderne. Lash, e altri studiosi che ritengono sia avvenuta una profonda trasmutazione dei processi di dominio, portano argomenti validi rispetto ai cambiamenti sociali e alle modalità di funzionamento del potere; ma fraintendono, almeno parzialmente,

il concetto di egemonia (non riproduce semplicemente un precedente status quo, lo trasforma). I cambiamenti sociali e culturali sono reali. Il potere ha assunto caratteristiche nuove e peculiari. Il concetto di egemonia mantiene, però, almeno una parziale validità teorica e analitica. L'egemonia "articulates into a configuration, different subjects, different identities, different projects, different aspirations. It does not reflect, it constructs, a 'unity' out of difference." (S. Hall, 1987: 3)

Hall, attento osservatore della politica del Regno Unito, ha analizzato, ad esempio, l'emergere del "thatcherismo" e il modo in cui questa nuova formazione egemonica ha trasformato le relazioni economiche, sociali, culturali e politiche. Il terreno di generazione di una nuova egemonia è, solitamente, un periodo di crisi. "Si verifica una crisi, che talvolta si prolunga per decine di anni. Questa durata eccezionale significa che nella struttura si sono rivelate (sono venute a maturità) contraddizioni insanabili e che le forze politiche operanti positivamente alla conservazione e difesa della struttura stessa si sforzano tuttavia di sanare entro certi limiti e di superare." (Gramsci, 1975: III 1579) Gramsci distingue tra fenomeni organici e congiunturali. I fenomeni congiunturali non hanno un significato di vasta portata, prendono forma di critica politica spicciola, spesso contro i gruppi dirigenti e le personalità di spicco. I fenomeni organici comportano una critica storica – sociale profonda che investe i grandi temi, al di là delle singole personalità. I fenomeni congiunturali, in un periodo di crisi, rappresentano il tentativo di conservare il precedente status quo e il terreno su cui forze organiche possono emergere. "Questi sforzi incessanti e perseveranti... formano il terreno dell' "occasionale" sul quale si organizzano le forze antagoniste che tendono a dimostrare... che esistono già le condizioni necessarie e sufficienti perché determinati compiti possano e quindi debbano essere risolti storicamente (debbono, perché ogni venir meno al dovere storico aumenta il disordine necessario e prepara più gravi catastrofi)." (ibidem: 1579)

Il “thatcherismo” è un fenomeno organico. Mira ad una completa trasformazione sociale, all’instaurazione di un nuovo compromesso sociale. Unifica un blocco di potere intorno ad un progetto storico, riuscendo a organizzare-dar forma alle profonde differenze sociali e a vincere il consenso di una parte dei subordinati. “Thatcherism's project was to transform the state in order to restructure society ... It entered the political field in a historic content, not just for power, but for popular authority, for hegemony.” (S. Hall, 1987: 2) Il terreno favorevole all’emersione del “thatcherismo” è rappresentato dalla crisi strutturale; economica, ma al contempo politica e culturale. La crisi economica ha carattere globale, ma in Gran Bretagna è particolarmente forte e sentita. La crisi politica e culturale è una crisi di egemonia, riguarda il rompersi del compromesso post-bellico tra capitale e lavoro; e le contraddizioni interne alla socialdemocrazia e al Welfare State. Il Labourismo tenta di controllare la crisi e difendere gli interessi delle classi lavoratrici, entro i limiti imposti dalla recessione, attraverso la regolazione e il Welfare. Lo Stato si trasforma, così, in un’imponente struttura capace di incidere su ogni aspetto della vita delle persone. L’aggravarsi della crisi “ha richiesto che il Partito Laburista disciplinasse, limitasse e sorvegliasse le stesse classi che pretendeva di rappresentare.” (S. Hall, 1979: 213) Il partito Laburista si allontana dalla sua base e non riesce a proporre nuove soluzioni. Lo Stato, visto il carattere disciplinare assunto e la mancata soddisfazione dei bisogni e desideri delle persone, finisce per apparire nemico a gran parte del popolo.

La nuova ideologia conservatrice della Thatcher interviene sul terreno preparato da una crisi storica profonda e, in apparenza, senza prospettive. Si scaglia: contro il collettivismo – corporativismo; a favore del mercato e di una morale più austera; contro gli eccessi, il consumo e la permissività che la socialdemocrazia ha concesso agli ‘Inglesi’. Il ‘thatcherismo’ è una forma di ‘regressive modernisation’. È moralmente-culturalmente regressivo nell’idea che il futuro migliore possibile per gli ‘Inglesi’ è

tornare a essere 'Eminent Victorians'. È una forza di modernizzazione in quanto si propone di intraprendere una trasformazione socio-economica, altrove avvenuta, e non ancora realizzata in Gran Bretagna. "Britain never undertook that deep transformation which, at the end of the 19th century, remade both capitalism and the working classes." (S. Hall, 1987: 3) Libero mercato e Stato forte è il binomio contraddittorio intorno al quale si addensa il linguaggio della destra emergente e mediante cui il 'thatcherismo' riesce "a 'parlare' la crisi, a dire cos'era e come se ne usciva." (S. Hall, 1979: 211) Definire la situazione, significa avere il controllo della credibilità e vincere la battaglia dei cuori e delle menti.

La 'rivoluzione' proposta dal 'thatcherismo' "had deep philosophical foundations as well as an effective popular strategy. It was grounded in a radical remodeling of state and economy and the 'colonizing' of civil society by a new neo-liberal common sense. Its effects were 'epochal' (i.e., defined a new political stage)." (S. Hall, 2005: 319) Il 'thatcherismo' sfiora corde profonde e le sue proposte danno forma, e insieme fanno emergere, un sentire diffuso. Riesce a vincere, così, il consenso di una parte dei subordinati e a divenire egemonico; grazie a: un'intensa attività ideologica, e un complesso di idee sociali più in sintonia con la congiuntura storica. "Il suo radicalismo si collega a sentimenti radical-popolari, ma li devia efficacemente, assorbendone e neutralizzandone la spinta popolare e creando, al posto di una rottura popolare, un'unità populista." (1979: 212)

Il conflitto ideologico coinvolge e sconvolge molti fronti, ogni campo sociale viene solcato e scombuscolato da esso. La scuola è una delle arene sociali maggiormente influenzate dalla lotta. La Thatcher vince il conflitto, sulla riforma dell'istruzione, grazie al fallimento delle precedenti politiche. Le pari opportunità restavano parole sulla carta e la disoccupazione strisciante consiglia ai subordinati, e ai genitori in particolare, l'accettazione di un discorso professionalizzante (di mercato) nella speranza di migliorare le

aspettative future dei propri figli. Resasi evidente “l’incapacità delle iniziative socialdemocratiche di cambiare la situazione dello svantaggio educativo, le aspirazioni dei genitori riguardo all’educazione dei figli si riarticolano a favore di un approccio più tradizionale e convenzionale al mercato educativo” (ibidem: 217-218). L’ordine pubblico è un altro campo di attività sociale e politica in cui l’ideologia della nuova destra ottiene una vittoria decisiva. I temi morali e valoriali (legge ed ordine pubblico) fanno presa sulla coscienza popolare (anche per la diffusa percezione ed esperienza del crimine). L’anti-collettivismo, l’anti-statalismo, coniugato ad una stringente morale di stampo puritano e razzista, fanno breccia in un momento in cui molti percepiscono lo Stato come inefficace-repressivo e temono il declino della ‘nazione’ e dei ‘veri valori’ anglo-sassoni.

Il ‘thatcherismo’ vince la sua battaglia nei media e nella popular culture, solo in questo modo può ristrutturare il senso comune. “Nella lotta per definire il senso dell’ epoca, il successo decisivo è stato la colonizzazione della stampa popolare. È qui che si è intrapreso il lavoro ideologico cruciale che ha creato un senso comune populista intorno al “thatcherismo”.” (ibidem: 210) La nuova destra costruisce la sua egemonia sulla società ‘inglese’ attraverso il conflitto ideologico; instaura una forma di ‘populismo autoritario’, “annullando la contraddizione tra popolo e Stato/blocco di potere, e volgendo a proprio favore le richieste popolari.” Il successo della nuova ideologia non è dovuto ad una qualche forma di inganno o auto-inganno del popolo, ma alla capacità di affrontare problemi e contraddizioni reali, insiti nell’esperienza concreta delle persone, “rappresentandoli secondo una logica che li mette sistematicamente in linea con le politiche e le strategie” della destra. (ibidem: 219) Il ‘thatcherismo’ “è un futuro alternativo, una filosofia di vita.” (S. Hall, 1984: 98) La visione, l’anelito di futuro, della nuova destra costruisce unione dalla differenza.

L'egemonia non è, però, qualcosa di stabile e conquistabile una volta per tutte. Il conflitto ideologico e sociale è sempre in corso. Il 'thatcherismo' perde la propria egemonia: in parte, a causa delle conseguenze sociali delle proprie politiche; in parte, per il prendere forma di una nuova situazione sociale e per il profilarsi di una nuova crisi; e, simultaneamente, a causa dell'emersione di nuovi complessi ideologici e culturali maggiormente efficaci nella nuova congiuntura storica. Spazi di opportunità si aprono per il Labour. I progressisti devono 'scegliere' tra: la critica profonda al 'thatcherismo' e alle conseguenze sociali da esso derivanti; ed un percorso di rinnovamento maggiormente in linea con il recente passato. Il New Labour segue questa seconda linea di azione, incorporando elementi ideologici del 'thatcherismo' e del vecchio Labour, in un complesso culturale contraddittorio ed efficace al contempo. Il conflitto ideologico per Gramsci consiste in un processo di de-costruzione e ri-costruzione ideologica; e nell'articolazione tra catene di idee e forze sociali. Gli elementi delle precedenti ideologie vengono dis-articolati e articolati in modi nuovi, alcuni elementi prima secondari diventano centrali. Non si verifica un processo di sostituzione di un'ideologia coerente e completa con una nuova ideologia altrettanto completa e coerente; piuttosto la formazione di complessi ibridi e contraddittori.

Il New Labour è un progetto egemonico creolo; prende selettivamente elementi ideologici da repertori politici opposti (nuova destra – sinistra socialdemocratica) e li ordina gerarchicamente in un nuovo discorso di potere; "maintaining a double-address to different 'publics,' so that you can advance a 'radical' [sic] overall strategy of governance, on the one hand, while maintaining electoral support and securing a third term on the other." (S. Hall, 2005: 332) Il New Labour coniuga idee neo-liberiste, centrali nei progetti politici della formazione in mutamento, con un programma subalterno di ispirazione maggiormente socialdemocratica. "The latter social democratic part always remains subordinate to and dependent on the former dominant one

and is constantly being ‘transformed’ into it.” (ibidem: 329) Il programma di riforme, maggiormente ispirato a principi socialdemocratici, viene accompagnato (e reso dipendente) da nuove spinte ‘modernizzatrici’. È sottoposto a criteri manageriali, ispirati al settore privato. Deve: aprire agli investimenti privati (sfocando la distinzione pubblico-privato); rispettare criteri di efficienza di mercato; riconoscere la centralità del management; riformare le pratiche di lavoro (meno collettive e più individuali); stimolare la competizione tra lavoratori attraverso differenze salariali; ridurre il potere dei sindacati e i costi della forza lavoro; e introdurre i valori aziendali nel settore pubblico. Criteri di mercato e privatizzazione sono le linee guida delle riforme.

Il New Labour “combines economic neo-liberalism with a commitment to ‘active government.’” (ibidem: 328) Questo comporta la trasformazione dello stato e delle pratiche amministrative secondo principi di mercato; e delle attività di governo in ‘entrepreneurial governance.’ Il nuovo approccio è imperniato sul concetto di ‘Public Choice’. I cittadini divengono consumatori, a cui deve essere riconosciuta la facoltà di scegliere in condizioni di mercato. Per il New Labour, “the role of the state ‘nowadays’ is not to support the less fortunate or less powerful in a society which ‘naturally’ produces huge inequalities of wealth, power, and opportunity, but to help individuals themselves to provide for all their social needs.” (ibidem: 328)

La nuova sinistra porta avanti un progetto egemonico di lungo periodo, mira alla ristrutturazione della società secondo principi neo-liberali, ma riconoscendo secondariamente (ed in maniera ambigua) la necessità di forme di redistribuzione. “Forging a plausible or pragmatic pathway from Left to Right, carrying a proportion of its old supporters with it on particular points, dividing and confusing the opposition, and winning a measure of consent for the project, New Labour may establish neo-liberal society and the market state on firmer, less contested foundations.” (ibidem: 330) Il New Labour è una variante social-democratica del neo-liberalismo,

come il 'thatcherismo' era una variante neo-liberale del conservatorismo classico.

La trasformazione del nuovo 'verbo' in senso comune è fondamentale per il successo del progetto egemonico. Trasformazione operata, principalmente, attraverso i media e l'uso dello spin. Lo spin cerca di trasformare qualsiasi argomento o situazione in favore del New Labour. Ha il compito, ad un livello più profondo, di rappresentare "a broadly neo-liberal project, favourable to the global interests of corporate capital and the rich, in such a way that it can mobilise the popular consent of Labour voters and supporters." (ibidem: 333) Usa concetti che possiedono una forte risonanza popolare positiva e li trasferisce a idee differenti, spesso, contrarie al significato che i termini avevano assunto storicamente. Riesce ad ottenere, in questo modo, il consenso dei gruppi subordinati e a radicarsi nel senso comune popolare. Il progetto egemonico del New Labour è, però, intrinsecamente instabile per le sue contraddizioni interne e per i mutamenti sociali in corso. Riesce a unificare un blocco di potere, a creare unità dalle differenze; ma rischia, per Hall, di perdere sul lungo andare il consenso dei propri sostenitori storici (come è, alla fine, avvenuto nel 2010 dopo una fase travagliata).

L'egemonia consolida-crea un blocco di potere temporaneo, unisce instabilmente differenze sociali e culturali. Emerge dall'intrecciarsi ibrido e imprevedibile di culture, potere, soggettività e identità. L'appropriazione culturale è, però, sempre una questione di identità e di creazione di una differenza significativa (in particolare quella operata da subordinati, formazioni subculturali o altri soggetti marginali). Le identità culturali si fondano sulla differenza, sul rapporto con l'altro, sulla costruzione di frontiere; sulla "capacità di escludere, omettere, rendere spregevole il fuori" (S. Hall, 1996: 317)³⁵. L'identità è strumentale, strategica, posizionale; e la sua costruzione è sempre un atto di potere.

I flussi culturali si strutturano, sempre più, intorno a conflitti, negoziazioni e produzione reciproca di ideali regolativi ed identità differenziali di etnia, genere, sub-cultura, gusto, stile di vita, etc.³⁶ L'identità culturale è una prospettiva mobile. Nasce dall'incrocio tra pratiche di potere che cercano di produrre corpi 'docili' e investimenti soggettivi del sé agente nelle posizionalità costruite dal discorso. Il potere esclude, emargina, per produrre identità normative attraverso la differenza tra questi e i corpi 'abietti'. I soggetti rigenerano e creano differenza per marcare frontiere di appartenenza; per dare un senso a se stessi e al mondo che li circonda.

Il potere e i flussi culturali si confondono-scontrano contro l'intransigenza del frammento, i repertori conflittuali e adattivi perennemente in mutazione, e i flussi individuali e relazionali di generazione del piacere. Hall, che tradizionalmente si era interessato poco alle dinamiche del piacere, negli ultimi anni ha parzialmente rivalutato la sua importanza; proprio in relazione all'identità e alle frontiere che questa costruisce. "Pleasure... addresses your subjective investments in ways over which you have less control, in ways that are less conscious, less under the rational inspection of your purposes and intentions. It plays across the boundaries. It connects you with people you shouldn't like, for instance. It makes you love your political enemy" (S. Hall & Schwarz, 2007: 157) L'autore non ha, però, integrato in maniera del tutto chiara e precisa questa nuova concezione del piacere all'interno delle sue precedenti teorie. Hall sembra riconoscere (affermare) che il piacere influisce e condiziona la selezione delle posizionalità discorsive in cui i soggetti 'scelgono' di investire; e rende più friabili le frontiere culturali costruite dai soggetti e dal potere³⁷.

L'egemonia, nelle società tardocapitalistiche, nasce all'interno di questi flussi complessi, imprevedibili, stratificati. Deve riuscire a creare unità da differenze sempre più eccessive e mutevoli; e tenere conto-sfruttare la sempre maggiore centralità dei flussi sociali del

piacere, una nuova postazione sociale³⁸ da conquistare e utilizzare a proprio vantaggio. L'egemonia emerge dal conflitto ideologico e sociale. Non è mai definitiva, conquistata una volta per tutte. Unifica temporaneamente un blocco di potere, ma nuove ideologie e formazioni sociali si articolano e dis-articolano continuamente. Le differenze sociali si fanno sempre magmatiche e instabili. L'unità creata dalle differenze diviene, a sua volta, più precaria; simultaneamente, alcuni elementi ideologici sembrano farsi più stabili e capaci di persistere, attraverso la trasformazione e l'incorporazione in nuovi complessi ideologici. L'egemonia cambia, ma per conquistarla alcuni elementi di fondo vengono incorporati³⁹.

Potere, Resistenza e Incorporazione

“Scioccare è chic” (Cosmopolitan, Set. 1977)

“A hungry man becomes an angry man” (A rude boy)

La nascita dei Cultural Studies è fortemente connessa all'emersione pubblica di subculture giovanili; uno dei mutamenti socio-culturali maggiormente capace di imporsi all'attenzione, e scombussolare le teorie consolidate, dei ricercatori che adottano questo nuovo approccio allo studio della cultura e del potere. L'interesse forte verso i fermenti giovanili nasce da diversi fattori. Le subculture tendono a esasperare le contraddizioni dei processi di significazione, di creazione e condivisione di conoscenza sociale. I processi di appropriazione simbolica e ri-semantizzazione sono maggiormente evidenti in questi gruppi e lo scontro simbolico assume una valenza politica (per quanto a volte non consapevole). Lo studio delle formazioni culturali giovanili permette l'analisi critica e ravvicinata dei processi di creazione e trasformazione di significati sociali; di riproduzione culturale e di mutamento culturale, contestualizzandoli all'interno di reti di rapporti socio-culturali complessi. Le subculture si trasformano in un simbolo della capacità delle persone (people), più in generale, di appropriarsi e ri-articolare i contenuti simbolici dei media e delle merci (ormai pienamente culturali); e di trarne significati appropriati alla propria esperienza di vita. Un simbolo di vitalità e resistenza. La ricerca sui fermenti culturali emergenti permette, inoltre, di individuare specifiche modalità di neutralizzazione del dissenso utilizzate dal potere.

La nascita di subculture giovanili veniva collegata, dagli approcci di studio precedenti e dai commentatori politici, all'emergere di un mercato specificamente rivolto a questo target, ad un maggiore benessere consumistico e alla frantumazione delle culture solidali di classe in frammentati stili di vita. Il legame con le esperienze di vita

e le complesse strutture socio-culturali veniva estremamente semplificato e le formazioni sub-culturali apparivano, più che altro, come riflessi automatici di cambiamenti economici e di strategie di mercato.

I Cultural Studies interpretano in maniera molto diversa l'emergere di subculture giovanili. "Resistance through rituals", titolo di un volume collettivo sull'argomento, sottolinea il potenziale oppositivo di simili formazioni emergenti. Le sub-culture non sono semplici riflessi di cambiamenti sociali ed economici; non sono passivamente generate dal mercato. Rappresentano, al contrario, tentativi di appropriarsi dei materiali, offerti da questo, per: mantenere e costruire differenza, tentare di 'risolvere' condizioni di esistenza problematiche e contraddittorie. Non nascono nel vuoto di una società dove le classi sociali sono sparite o hanno perso importanza. Si formano all'interno di una più vasta cultura di classe ('parent culture'⁴⁰), sottoposta a profondi processi di mutamento. Distinguendosi da questa, ma condividendone parzialmente l'esperienza di vita. Rappresentano "a different cultural response or 'solution' to the problems posed for them by their material and social class position and experience". (S. Hall, Clarke, Jefferson, & Roberts, 1976: 15). Si organizzano sia intorno a ('focal concerns') problematiche storiche comuni di classe, sia intorno a problematiche maggiormente specifiche (*congiunturali*) e generazionali. Il legame tra subculture e classe sociale è così forte che, per gli autori del volume, si può parlare correttamente di subcultura solo in relazione a formazioni della classe operaia; mentre, ad es., per quanto riguarda le culture giovanili delle classi medie e della piccola borghesia, nate negli anni 60, è più corretto utilizzare il termine counter-culture. La distinzione non è solo linguistica: facilita, al contrario, l'analisi delle traiettorie differenti prese da queste formazioni e l'individuazione delle caratteristiche distintive che le contrappongono.

I Cultural Studies non negano l'esistenza di un rapporto tra le formazioni culturali giovanili e il mercato, le attività legate al consumo. Le subculture si formano in rapporto dialettico con l'ordine culturale dominante (e con i materiali culturali e le merci che questo gli mette a disposizione). Sottolineano, però, che la relazione è attiva e avviene all'interno di contesti specifici strutturati da tradizioni culturali di classe. "It is at the intersections between the located parent culture and the mediating institutions of the dominant culture that youth sub-cultures arise" (ibidem: 52). Le subculture rappresentano un'articolazione specifica tra cultura di classe, cultura egemonica ed esperienza di vita. Permettono ai 'giovani' di differenziarsi, assumere un'identità; e attraverso questa dare un senso alla propria condizione sociale, districarsi nella complessità socio-culturale. Le subculture sono tentativi⁴¹ strategici di negoziare la propria esistenza collettiva; di risolvere, sul piano culturale, una condizione di esistenza problematica; e di resistere-contrastare la naturalizzazione delle definizioni socio-culturali dominanti.

La subcultura, e la sua identità distintiva, si forma attraverso i processi di appropriazione e uso di oggetti e simboli. Gli oggetti e i simboli scelti devono riuscire a istaurare un rapporto di 'omologia'⁴² con le problematiche, le attività e l'immagine collettiva del gruppo; devono esprimerne i 'valori'. Le subculture usano materiali simbolici e merci forniti dal mercato e dai media per costruire stili significativi e identità di gruppo; attraverso processi di ri-significazione che assegnano ai materiali 'rubati' nuovi significati. "The new meanings emerge because the 'bits' which had been borrowed or revive were brought together into a new distinctive stylistic *ensemble*: but also because the symbolic objects... were made to form a *unity* with the group's relations, situations, experiences." (ibidem: 55) Le subculture nascono all'interno di un contesto e delle relazioni che, in esso, si istaurano tra i vari gruppi sociali. La creazione di uno stile

e di un'identità di gruppo distintivi, insieme, consolida il gruppo e lo differenzia dalle altre formazioni sociali.

Il processo di formazione di una subcultura avviene all'interno di una rete di relazioni sociali infragruppo molto complessa e che, per Hebdige, riconosce molte tipologie di fratture sociali e culturali (e non esclusivamente quella economica). Le subculture 'bianche', nate in Gran Bretagna nel secondo dopoguerra, sono stimolate dalle nascenti sottoculture dei giovani immigrati 'neri'. Le subculture non si articolano soltanto con una cultura di classe e con la cultura egemonica; istaurano rapporti reciproci che sono, per l'autore, anche maggiormente significativi e determinanti. L'evoluzione dei vari aggregati subculturali è spiegabile attraverso processi ricorsivi di differenziazione reciproca. La differenziazione non avviene, però, attraverso la reciproca e totale chiusura ed esclusione. Tra le varie subculture si istaurano rapporti di scambio, contaminazione, ibridazione; spesso taciuti in un'ottica conflittuale e di differenziazione.

Hebdige rintraccia una dinamica culturale complessa in cui, attraverso contaminazioni reciproche, conflitti e processi di distinzione culturale; le subculture si formano, si sviluppano e pian piano, proprio diffondendosi, si diluiscono e 'muoiono', ma non prima di aver stimolato nuove rotture subculturali. L'autore non nega l'influenza della cultura di classe e di quella egemonica nella formazione di subculture giovanili; ma ritiene maggiormente caratterizzanti le specifiche congiunture storiche e sociali in cui emergono. Le 'soluzioni' subculturali hanno dei punti in comune con quelle adottate dai genitori, ma questo legame è meno determinante. Ogni subcultura rappresenta "una 'soluzione' a un insieme particolare di circostanze, a problemi e contraddizioni specifici." (Hebdige, 1979: 88) I 'focal concerns' generazionali sono più importanti di quelli storici di classe. Le sottoculture non sono, neanche, universi chiusi in se stessi e totalmente oppositivi nei confronti delle definizioni dominanti. "La materia prima di cui sono fatte è sia reale che ideologica" (ibidem: 88) e sono le istituzioni

culturali, ed in particolare i media, a fornire sia la materia prima simbolica ed ideologica; che rappresentazioni ed interpretazioni primarie dell'esperienza 'reale' (che come tale, come evento grezzo e non codificato, è privo di qualsiasi significato). "Le sottoculture sono, almeno in parte, rappresentazioni di queste rappresentazioni... i tipici appartenenti a una cultura giovanile della working class in parte contestano e in parte accettano le definizioni dominanti di chi e cosa essi siano." (ibidem: 92) La cultura rasta adotta il linguaggio e le immagini bibliche per comunicare significati nuovi ed oppositivi ma attraverso un medium diffuso e comprensibile. Il punk prende in prestito la retorica della crisi, che da tempo saturava i media, per comunicare un'aggressività e un'inquietudine autentiche attraverso un linguaggio largamente accessibile a tutti. "Al fine di comunicare un senso di disordine, il linguaggio adottato deve essere prima selezionato, anche per poi essere sovvertito. Perché il punk fosse riconosciuto ufficialmente come caos, doveva prima avere senso come rumore." (ibidem: 94)

Le sottoculture sono, appunto, un 'rumore', un meccanismo di disordine semantico. Lo stile di una sottocultura viene creato mediante pratiche di cut up e bricolage. Oggetti d'uso comune e segni linguistici sono sottratti alla 'banalità' del loro uso quotidiano e ri-semantizzati, utilizzati in contesti diversi con nuovi significati. "La natura arbitraria dei codici che sono sottesi e danno forma a ogni tipo di discorso" (ibidem: 100) diviene evidente attraverso queste attività di rottura dei codici 'naturali' e formazione di nuovi 'segreti' linguaggi. Le sottoculture attraverso lo stile, il loro linguaggio segreto, esprimono contenuti proibiti in forme proibite. Stabiliscono articolazioni profane, 'innaturali'. Comunicano una diversità significativa che è la matrice di generazione dello stile e di tutte le pratiche di significazione della sottocultura.

L'interpretazione dei fermenti subculturali sviluppato dai Cultural Studies è stata spesso criticata per aver attribuito una volontà di resistenza politica eccessiva a queste formazioni e per averle

presentate come gruppi eccessivamente chiusi e definiti. L'appartenenza subculturale riconosce, solitamente, diversi gradi di impegno e coinvolgimento, è maggiormente variabile⁴³. Le critiche sono solo parzialmente giustificate. I Cultural Studies hanno, almeno in parte, riconosciuto entrambi i punti critici. Hebdige, in particolare, per alcuni autori⁴⁴, ha commesso l'errore di modellare eccessivamente le rotture sottoculturali sulle dinamiche delle avanguardie artistiche. Rottura consapevole delle convenzioni, accettazione della rottura, banalizzazione della rottura attraverso la sua diffusione imitativa, nuova rottura. La rottura dei codici da parte della sottocultura non è un'attività sempre cosciente, per Hebdige, che distingue: tra i primi membri di una sottocultura, che sono maggiormente consapevoli dell'operazione di disordine semantico; e i successivi adottatori dello style, che spesso si appropriano più incoscientemente-superficialmente dello stile sottoculturale. Questo porta a una diluizione della sottocultura e a una nuova rottura da parte di una nuova generazione di innovatori. Niente garantisce, però, l'innovazione cosciente da parte degli iniziatori della subcultura, né l'incosciente e quasi imitativa adozione da parte dei successivi membri della sottocultura. Probabilmente in entrambe le tipologie sono presenti elementi e motivazioni consapevoli e inconsapevoli. Questo modello di evoluzione della sottocultura, ancor più, per quanto colga alcuni aspetti del fenomeno, esalta eccessivamente l'iniziale rottura cosciente e 'politica'.

Hebdige stesso, si è confrontato in seguito con alcune di queste critiche (e con le nuove tendenze, e teorie, sociali e culturali) rivedendo in parte le sue posizioni. L'autore ha, attraverso l'indagine storica, individuato le tracce di complessi discorsi all'interno dei quali, ed in risposta ai quali, i giovani come categoria sociale e le sottoculture giovanili spettacolari sono emerse. "Subculture forms up in the space between surveillance and evasion of surveillance, it translates the fact of being under scrutiny into the

pleasure of being watched. It is hiding in the light.” (Hebdige, 2002: 35) I ‘giovani’ sorvegliati e osservati (oggetti di fascinazione, pietismo, repulsione, paura e controllo) devono, per rendersi visibili, sfidare l’ordine simbolico, la legge, portare una minaccia alle definizioni consolidate e naturalizzate. Insieme, le subculture diventano, sempre maggiormente, una questione di scelte di consumo, di preferenze di gusto e di creazione di un’immagine sociale di gruppo. “A means of marking boundaries, of articulating identity and difference” (ibidem: 30). La risposta subculturale non è, però, mai né un completo rifiuto dell’ordine culturale esistente né esclusivamente un fenomeno di sfruttamento commerciale. È ambigua. È una dichiarazione di indipendenza, un rifiuto dell’anonimato e della condizione subordinata; ma insieme una conferma dell’assenza di potere. “It is an *insubordination*... Subcultures are both a play for attention and a refusal, once attention has been granted, to be read according to the Book.” (ibidem: 35)

Hebdige sfuma gli aspetti eccessivamente politici della sua precedente teoria. Riconosce l’intrecciarsi dei conflitti di potere e delle dinamiche del piacere nel cuore stesso dei fermenti subculturali (‘the politics of pleasure’). Ritiene, di conseguenza, che i paradigmi di ricerca che si concentrano esclusivamente sui significati, sul rapporto testo-audiences, sulla critica e sulla resistenza, debbano essere superati. E che sia necessario “a critical engagement with those processes through which libidinal and ‘information’ flows are organized via network in which ‘meanings’ and ‘affects’ circulate, form clusters, separate in a flux combining signifying and asignifying elements” (ibidem: 223)

L’autore è, inoltre, convinto che processi di appropriazione simbolica e bricolage sono parte dell’attività ordinaria di consumo; e che le forme più ‘estreme’ di questi non sono più confinabili alle sole sottoculture. Questi processi di selezione di oggetti, ri-significazione ed appropriazione simbolica costituiscono il terreno in cui “cultures, subjectivities, identities impinge upon each other”; e

favoriscono l'articolazione di "new 'structures of desire' through the consolidation of 'affective alliances' between elements in a heterogeneous field." (Ibidem: 212)

Le subculture, e in generale le persone (people), si appropriano, in sostanza, di risorse egemoniche normalizzate al fine di esprimere differenza, reclamare attenzione, generare ed esperire piacere ed evadere la disciplina sociale. La disciplina sociale, l'egemonia politica e culturale, non sono mai assolute. La diversità sociale non può essere contenuta, organizzata e trasformata a proprio favore in modo completo. L'opposizione ideologica e la resistenza istintiva dei subordinati non sono mai completamente eliminabili, nascono dall'esperienza concreta di vita e attingono a vasti repertori e strategie di resistenza. La resistenza, al potere egemonico, si concretizza, principalmente, nell'evasione della disciplina e nella produzione di significati oppositivi che tengono viva, rigenerano e creano differenza sociale. Rompendo i codici naturalizzati e mostrandone la natura arbitraria, le persone traggono significati della propria esperienza sociale e del proprio sé non omogenei, divergenti.

Le sottoculture producono un rumore semantico, che disturba i processi di naturalizzazione ideologica. Mettono in scena una sfida simbolica all'ordine stabilito e al senso comune. Creano identità sociali oppositive, che attraverso lo stile spettacolare comunicano significati proibiti. I significati proibiti e lo style spettacolare attirano lo sguardo dei media e del potere. La sottocultura acquisisce sempre maggiore visibilità, si propaga e diffonde. Simultaneamente, la tensione dello style sottoculturale si attenua. La sottocultura viene integrata nella cultura egemonica, perde il suo potenziale oppositivo, viene neutralizzata, resa familiare, non disturbante. L'incorporazione avviene, per Hebdige (1979), attraverso due processi connessi: l'incorporazione nel mercato (forma merce) e l'etichettamento-panico morale (forma ideologica). Il primo processo trasforma i segni sottoculturali in oggetti di consumo

depotenziati. Il secondo rende la sottocultura spiegabile attraverso il suo 'etichettamento' e crea panico morale al fine di disciplinare i comportamenti devianti.

Le sottoculture creano il proprio style spettacolare e oppositivo attraverso oggetti, merci e segni che 'rubano' alla cultura 'ufficiale' e, a cui, assegna nuovi significati. Sin dall'inizio si forma in rapporto con il mercato e questo la rende, particolarmente, debole e fragile. La possibilità di essere riassorbita è sempre presente. "La creazione e la diffusione di stili nuovi sono legate in maniera inestricabile ai processi di produzione, pubblicizzazione e confezione che inevitabilmente portano alla caduta di tensione della potenzialità sovversive della sottocultura." (Hebdige, 1979: 103) Lo stile sottoculturale è profondamente legato ai circuiti della moda, insieme, rappresenta un feed-back e uno stimolo. Crea nuove mode e nuove tendenze. Lo stile spettacolare della sottocultura si trasforma in merce ed è reso accessibile a più vasti mercati.

Il rapporto tra subculture, mercato, moda e forma merce, per McRobbie, è determinante e più complesso di quello proposto da molti autori, che sembrano considerare il mercato alternativamente come una fonte di materiali grezzi da ri-semantizzare o una forza sociale che interviene in un secondo momento per normalizzare le culture giovanili. Nuove mini imprese, negozi di abiti di seconda mano, assumono un ruolo centrale nello sviluppo stesso delle subculture, sin dalle prime fasi. "Most of the youth subcultures of the post-war period have relied on second-hand clothes found in jumble and ragmarkets as the raw material for the creation of style." (McRobbie, 1989: 32) I mercatini e i negozi non solo forniscono i materiali grezzi da cui creare lo stile, ma offrono, inoltre, uno spazio sociale di incontro, scambio culturale e contaminazione. Le subculture fioriscono appoggiandosi a una nuova tipologia di imprenditori, capaci di proporre non beni qualsiasi, ma un'attenta selezione di materiali culturali. "For every single piece rescued and restored, a thousand are consigned to

oblivion.” (ibidem: 132) Le nuove imprese operano all’interno di una raffinata economia del gusto e ne influenzano lo sviluppo. Il punk rappresenta un momento di svolta, anche, in questo senso. La filosofia do-it-yourself⁴⁵ espande le relazioni sociali ed economiche create. Il movimento si interessa e influenza numerosi campi di attività sociale e culturale. “Its point of entry into this field existed within the range of small-scale youth industries which were able to put the whole thing in motion.” (ibidem: 138) Fan magazine, etichette discografiche, second-hand shop rappresentano insieme l’apparato nervoso della nuova formazione culturale, un’impresa economica e una palestra professionale per futuri giornalisti, stilisti e designer.

McRobbie (McRobbie, 1998) analizza le subculture dal punto di vista dei percorsi ‘formativi’ e imprenditoriali, stravolgendo l’idea iniziale comune a molti studiosi che ritenevano il percorso biografico di un appartenente a queste formazioni privo di qualsiasi sbocco professionale. Thornton, studiando subculture più recenti (1995, 1996a, 1996b), conferma che il capitale subculturale può essere trasformato, ad alcune condizioni, in una professione e che queste figure professionali svolgono un ruolo rilevante nello sviluppo dei movimenti culturali.

Gli imprenditori subculturali rappresentano il filo conduttore che connette i micro-mercati emergenti ai più vasti circuiti della moda e dell’industria dell’immagine. L’incorporazione dei fermenti giovani viene favorita da questi processi. I nuovi imprenditori sono parte integrante dell’emersione della nuova cultura del gusto e, insieme, rendono più agevole la sua neutralizzazione e trasformazione-banalizzazione da parte del mercato.

L’incorporazione da parte del mercato neutralizza lo stile innaturale, reinserisce i segni de-naturalizzati in cornici ideologiche che ne depotenziano il potenziale sovversivo. Le innovazioni della sottocultura si ‘congelano’, “sono codificate, rese comprensibili, immediatamente trasformate in pubblica proprietà e in merce che

genera profitto. In questo modo le due forme di integrazione (quella semantica ideologica e quella 'reale'/ commerciale) si può dire che convergono nella forma merce." (Hebdige, 1979: 104)

Le sottoculture, e la loro sfida simbolica all'ordine culturale, finiscono inevitabilmente per essere riassorbite, per creare nuove convenzioni, nuove mode, nuovi oggetti di consumo. Il loro potenziale oppositivo viene smorzato, depotenziato, trasformato, catalogato, ordinato, reso comprensibile, banalizzato e rivenduto. "Alla fine i mod, i punk, i glitter rocker possono essere integrati, riportati in linea, collocati nella 'mappa di una realtà sociale problematica' che riscuote il favore di tutti, al punto che i giovanotti con il rossetto sono 'soltanto ragazzi vestiti in maschera', e le ragazze con i vestiti di gomma sono 'figliole proprio come le vostre'" (ibidem: 102)

L'incorporazione, per Fiske, è un processo più generale; non riguarda solo le subculture, ma le persone (people) tutte e i significati da queste prodotti. La popular culture è, per l'autore, un processo continuo di *excorporation* e *incorporation*.

"Excorporation is the process by which the subordinate make their own culture out of the resources and commodities provided by the dominant system." (Fiske, 1989a: 15) Le audiences, nelle società contemporanee, hanno a disposizione soltanto i materiali che le industrie culturali gli forniscono, da questi traggono le risorse grezze per produrre la propria cultura. I significati e i piaceri popolari sono creati dai subordinati fuori dalle risorse che il sistema gli fornisce. L'*excorporation* è il processo creativo che articola soggettività nomadi, contesti e testi; il processo "by which the powerless steal elements of dominant culture and use them in their own, often oppositional or subversive, interests." (Fiske, 1987: 315)

L'incorporazione è la procedura inversa, attraverso la quale, il sistema tenta di contenere i significati oppositivi prodotti, facendone propri degli elementi. "This process of adopting the signs of resistance incorporates them into the dominant system and thus

attempts to rob them of any oppositional meanings.” (Fiske, 1989a: 19) I miti ideologici, secondo Roland Barthes, sono in grado di vaccinarsi, contro possibili significati oppositivi, inoculandosene piccole dosi. “Si immunizza l’immaginario collettivo mediante una piccola inoculazione del male riconosciuto: lo si difende così dal rischio di un sovvertimento generalizzato.” (1974: 230) L’incorporazione ruba segni e simboli ai subordinati, si riappropria del linguaggio ‘deviante-innaturale’ e ne contiene il potenziale sovversivo, dopo aver permesso una temporanea e parziale espressione del dissenso. Il mercato produce una serie di merci che incorporano elementi ‘resistivi-innaturali-devianti’ simili ai simboli creati-rubati dalle audiences. Le nuove merci, i nuovi feticci, preservano l’illusione della scelta, ma assicurandosi che questa avvenga all’interno del paradigma dominante e sia facilmente incorporabile-gestibile. L’incorporazione è un potente meccanismo di difesa ideologica, priva i significati radicali della propria forza, incorporandoli. Li rende compatibili, banalizzandoli e depotenziandoli, con i significati dominanti. Inocula-vaccina l’egemonia. Simultaneamente, favorisce la penetrazione ulteriore, del mercato e del domino, nel sociale; marcando nuovi corpi attraverso nuovi stili di vita, nuove mode, nuove illusorie scelte oppostive, in realtà rese docili e compatibili con l’egemonia. La creatività diffusa si trasforma, viene trasformata, in un’ulteriore tecnica di potere.

L’incorporazione, però, non è mai completa. “Culture is not a relatively harmonious and stable continuum from dominant to deviant, but a confrontation between groups occupying different, something opposing positions in the map of social relation, and the process of making meanings is a social struggle, as different groups struggle to establish meanings that serve their interests.” (Fiske, 1989b: 58) L’incorporazione in certi casi può risultare efficace, in altri molto meno. Il processo è conflittuale, continuo e disperso; la differenza innaturale viene ri-creata e ri-assorbita in una serie di rotture e ricomposizioni senza fine.

L'incorporazione e le forze egemoniche agiscono a livello macro-politico. La popular culture, a questo livello, per Fiske, è effettivamente reazionaria, favorisce l'egemonia esistente. Ma a livello micro politico la situazione è radicalmente differente. I subordinati producono i propri significati e piaceri oppositivi, creano differenza sociale ed evadono la disciplina sociale. La politica della popular culture al macro livello viene contraddetta da quella al micro livello, dove viene sovvertita dai subordinati. Le culture dei subordinati vivono nel processo, vengono prodotte dagli agenti creativi per servire i propri interessi, non quelli del sistema. L'incorporazione può essere vista (la visione classica della popular culture di molti teorici di radicali) come un meccanismo che rende flessibile il sistema; ponendo al suo servizio le pratiche delle persone (people), involontari complici che finiscono per rendere più forte ciò a cui si oppongono, ed impedendo, rendendo meno probabile, la realizzazione di processi rivoluzionari (gli unici che possono portare un reale cambiamento). Oppure, come "a defensive strategy forced upon the powerful by guerrilla raids of the week. Incorporation always involves... the concession of space; such a continued erosive process may well provide changes in the system that allow significant improvements in the condition of the subordinate." (Fiske, 1989: 193)

Fiske ritiene la popular culture un continuo processo di excorporation e incorporation. I subordinati, attraverso le pratiche culturali popolari, riescano a rubare spazi oppositivi, mantenere viva la propria differenza e dargli un significato oppositivo-antagonista. Questo, può portare a cambiamenti sociali diretti; ma ancor più, mantenendo viva la differenza, può costituire la base per progetti più complessivi di cambiamento sociale. L'autore non nega il portato minore di questa politica 'progressista', ma la ritiene importante in sé e il fondamento di qualsiasi politica 'rivoluzionaria'. Senza resistenza quotidiana i subordinati sarebbero completamente incorporati nel sistema e nessun cambiamento potrebbe aver luogo. I raid guerriglieri conquistano spazi di opposizione importanti e

gettano le basi per futuri cambiamenti sociali. “Radical social change, which results in a major redistribution of power in society, is often described as revolution... and occurs at relatively infrequent crisis points in history. Popular change, however, is an ongoing process, aimed at maintaining or increasing the bottom-up power of the people within the system.” (ibidem: 188) Le persone (people), con i loro raid quotidiani, smussano gli aspetti più estremi ed oppressivi del potere, conquistano temporanei spazi di ‘libertà’; e riproduco-creano identità divergenti, a volte oppostive, in ogni caso, capaci di tenere viva la differenza sociale e di generare empowerment.

Folk Devils, Ordine e Disordine

“La specifica distinzione politica alla quale è possibile ricondurre le azioni e i motivi politici è la distinzione di amico e nemico... Egli è semplicemente l'altro, lo straniero”. (Schmitt, 1984: 109)

“La storia è la negazione della certezza. Ci sono periodi di ordine in cui tutto è vile e periodi di disordine in cui tutto è sublime.” (Pessoa, F. Il Libro dell'Inquietudine di Bernardo Soares. Roma: Newton Compton. 2000: 235)

Le identità oppositive, i significati e gli stili di vita ‘devianti’, i corpi ‘abietti’ possono essere integrati, per Hebdige, attraverso il mercato e l’incorporazione o attraverso l’‘etichettamento’. L’ordine simbolico viene ricostituito mediante processi sociali che tendono a rendere la devianza-differenza spiegabile e comprensibile, a reinserirla-normalizzarla nei paradigmi dominanti del senso. “È attraverso questo continuo processo di recupero che l’ordine spezzato viene ricomposto e la sottocultura integrata come spettacolo divertente all’interno della mitologia dominante da cui in parte deriva: come folk devil, come Altro, come Nemico.” (Hebdige, 1979: 102)

L’integrazione ideologica neutralizza la minaccia sottoculturale, attraverso la diffusione di un panico morale, che tende a porre fuori dalla società i soggetti divergenti e, in questo modo, a marginalizzarli, renderli meno minacciosi e pericolosi. Sid Vicious⁴⁶ e Nancy Spungen⁴⁷ si trasformano in simboli distruttivi e minacciosi, demoni incarnati, emblemi affascinanti e terrorizzanti di un fenomeno sociale più vasto, intorno al quale il panico morale si genera (o viene generato). La vita dei due giovani è un mito e non esiste al di fuori di esso, la vita ‘reale’ sparisce nelle fiction che si costruiscono intorno ad essa. Il panico morale, e la repressa fascinazione, si scatenano. Nancy viene usata come “a lesson for all

recalcitrant daughters.” (Hebdige, 2002: 39) Sid si trasforma in uno spettro. La loro storia può essere usata per disciplinare il sociale e porre fuori dalla socialità, al di là dell’umano, i giovani folk devils metropolitani.

Il panico morale è parte integrante e costitutiva della devianza sociale giovanile. I giovani non subiscono passivamente lo sguardo moralizzante del potere, lo sfruttano per costruire un’immagine di ribellione e per attirare lo sguardo adulto. Trasgredire si trasforma nell’unica risorsa disponibile per entrare nello spazio pubblico adulto, da cui si è normalmente esclusi. “Young people make their presence felt by going ‘out of bounds’” (ibidem: 18), attirando così su di sé lo sguardo disciplinare e trasformando la sorveglianza in piacere di essere guardati, di ‘trasgredire’.

Il panico morale è, però per Hebdige, solo uno degli aspetti dell’integrazione ideologica, la società integra la ‘devianza’ mediante più sottili meccanismi. “Il modo in cui le sottoculture sono rappresentate nei media li rende sia più sia meno esotiche di quanto lo siano in realtà.” (1979: 105) Le sottoculture sono, per i media, simultaneamente, un pericolo e un ‘normale’ schiamazzo giovanile, sia bestie che cuccioli da salotto.

“Il piccolo-borghese è un uomo incapace di immaginare l’Altro. Se l’altro si presenta ai suoi occhi il piccolo-borghese si rifiuta di vedere, lo ignora e lo nega, oppure lo trasforma in se stesso... ogni altro è ridotto all’identico... Perché l’altro è uno scandalo che attenta all’essenza.” (Barthes, 1974: 231) A volte l’Altro rifiuta, però, di essere ridotto all’identico; si rileva irriducibile. In questi casi, l’Altro viene trasformato in un “puro oggetto, spettacolo, marionetta: relegato ai confini dell’umanità, non attenta più alla sicurezza domestica”. (ibidem: 232)

Hebdige rintraccia entrambe le tendenze nella trattazione giornalistica delle sottoculture: da una parte, presentate come minaccia; dall’altra, addomesticate tramite il reinserimento nei contesti familiari e la loro rappresentazione come un divertente spettacolo messo in scena da ragazzi qualsiasi, figli e fratelli ‘inglesi’.

La rappresentazione dell'Altro come 'strano' e pericoloso, nemico, è un fenomeno costitutivo della socialità stessa. Attraverso la definizione di un gruppo come deviante, minaccia ai valori e agli interessi sociali, si attuano misure repressive più generali e si definiscono i confini della 'comunità'.

I media e le élite dominanti, per Cohen, trasformano alcuni gruppi in folk devils, o capri espiatori, al fine di amplificare l'ansia sociale riguardo ai comportamenti devianti. "They are damaging in themselves – but also merely warning signs of the real, much deeper and more prevalent condition." (S. Cohen, 2002: VIII) Il panico morale generato facilita l'introduzione di leggi disciplinari e un aumento del controllo sociale.

L'antropologia culturale ha studiato fenomeni simili in numerose società e culture di tutte le epoche storiche. Rito, dramma sociale e sacrificio rituale sono i concetti più utilizzati per analizzarli criticamente.

I drammi sociali creano delle crisi, attraverso la trasgressione liminale delle norme, seguite dalla ri-strutturazione e dal rinvigorimento dell'ordine sociale. I drammi sociali sono riti, manifestazioni e risoluzioni simboliche di ansie latenti e di fasi della vita sociale e biografica ambigue, di passaggio, non chiare e non ancora del tutto strutturate. Un dramma sociale prende forma, inizialmente, attraverso la rottura di una norma, la violazione temporanea di una regola morale, di una legge, dei costumi o della 'buona educazione' in una qualche circostanza pubblica. La rottura può essere deliberata e cosciente, elaborata e messa in scena da una persona o da un gruppo umano intenzionati a mettere in dubbio o sfidare l'autorità costituita e la norma sociale consolidata, "o può emergere da uno sfondo di sentimenti appassionati. Una volta comparsa, può difficilmente essere cancellata. In ogni caso, essa produce una crisi crescente, una frattura o una svolta importante nelle relazioni fra i membri di un campo sociale, in cui la pace apparente si tramuta in aperto conflitto e gli antagonismi latenti si fanno visibili." (Turner, 1986: 131)

Le società, per Turner (1969), attraversano fasi anti-strutturali che rigenerano l'ordine sociale (struttura - anti-struttura – struttura). Lo stadio anti-strutturale è assimilabile al liminale dei riti di passaggio. “L'essenza della liminalità consiste nella scomposizione della cultura nei suoi fattori costitutivi e nella ricomposizione libera o ‘ludica’ dei medesimi in ogni e qualsiasi configurazione possibile, per quanto bizzarra” (1986: 61).

L'anti-struttura rigenera la struttura, attraverso la creatività e la formazioni di nuovi legami sociali e culturali. La crisi, a volte, è più profonda, non facilmente riassorbibile. Si configura come una crisi ‘sacrificale’. Un capro espiatorio viene, allora, individuato e trasformato in una rappresentazione simbolica di ansie sociali profonde. Il sacrificio del ‘male’ incarnato libererà la società. Le ansie e i conflitti trovano una soluzione simbolica e l'ordine sociale viene ristabilito.

Crisi sacrificale e panico morale hanno molti elementi in comune. Individuano figure ‘ambigue’ come rappresentanti del ‘male’, della disgregazione sociale, e forgianno la ‘comunità’ intorno all'eliminazione di questo male, al sacrificio. “Social order is not something that exists in a static stage; instead it is continuous, and the folk devils, the figure that is strange, uncertain and outside has an important part to play in that making of order.” (Hetherington, 2000: 249)

Il panico morale genera consenso, può essere usato per creare egemonia e introdurre misure disciplinari. Trasformando le ansie sociali in panico e offrendogli un appiglio contro cui sfogarsi, si genera il consenso verso la legge, l'unico limite all'anarchia e alla ‘bestialità’ dei folk devils. Il consenso all'ordine sociale disciplinare concede l'egemonia al blocco di potere che ha generato il panico morale, definito e disciplinato la situazione di crisi. Il panico morale è, simultaneamente, una manifestazione superficiale del presentarsi di una crisi e uno strumento simbolico attraverso cui la crisi viene compresa e contenuta, “one of the key ideological forms in which a

historical crisis is 'experienced and fought out.'" (S. Hall, Critcher, Jefferson, Clarke, & Roberts, 1978: 221) Rende le misure disciplinari del potere legittime e consensuali. L'etichettamento e la generazione di panico morale sono "the principal forms of ideological consciousness by means of which a 'silent majority' is won over to the support of increasingly coercive measures on the part of the state, and lends its legitimacy to a 'more than usual' exercise of control." (ibidem: 221)

Il panico morale e l'individuazione di 'folk devils' rappresentano elementi strategici centrali del conflitto ideologico. Al fine di suscitare un incremento del controllo sociale e conquistare l'egemonia, attraverso la definizione del 'deviante', si crea consenso sui 'valori'. "Actions to stigmatize and punish those who break the law, taken by the agent formal appointed as the guardian of public morality and order, stands as a dramatic symbolic reassertion of the value of the society and of its limit of tolerance." (ibidem: 66)

I media, e la popular culture, hanno un ruolo centrale nella generazione del panico morale. I media possono configurarsi come definitori primari della situazione sociale e favorire forme di stigmatizzazione proponendo stereotipi esotizzanti o individuando forme di devianza-differenza-alterità. Riportano, inoltre (definitori secondari), le visioni e le classificazioni sociali primarie delle élite e, seguendo le proprie pratiche professionali e ideologiche, finiscono per amplificare le definizioni dominanti. I Cultural Studies considerano la generazione del panico morale un processo spiroidale e capace, una volta avviato, di inghiottire ogni cosa e riprodursi (signification spiral). I media contribuiscono in modo deciso e alimentano-stimolano la spirale di significazione. "A self-amplifying sequence within the area of signification: the activity or event with which the signification deals is escalated - made to seem more threatening - Within the course of the signification itself." (ibidem: 233)

La tematizzazione, che collega fenomeni sociali mediante una catena di assunzioni ideologiche e li inserisce in un framing, dà il via alla spirale. I media definiscono in maniera particolarmente negativa una specifica tipologia di devianza sociale; la collegano ad un più generale aumento della violenza o devianza sociale, dovuta a un qualche problema sociale di fondo (es. permissività eccessiva); la fanno apparire come parte dell'eterna lotta tra bene e male; e reclamano, per il bene pubblico, un fermo intervento della legge. La spirale si autoalimenta e il panico morale si diffonde.

La tematizzazioni di alcune forme di devianza sociale, spesso, avviene in assenza di una 'reale' crescita esponenziale del comportamento deviante. Il panico morale, a volte, anticipa il 'crimine'; altre, scopre all'improvviso un folk devils presente da tempo. In genere, finisce per amplificare e diffondere il comportamento deviante che tematizza e stigmatizza.

La definizione di una minaccia ai fondamenti stessi della comunità genera panico morale e si trasforma in un modo per giustificare interventi disciplinari e conquistare l'egemonia sociale.

La pratica socio-culturale di etichettare categorie sociali o comportamenti come devianti e minacciosi per l'intera società si è diffusa particolarmente con l'esplosione delle differenze culturali, la globalizzazione, l'avvento del neo-capitalismo e la diffusione estrema di incertezza-insicurezza. Il panico morale è diventato ordinario, endemico; "a standard response, a familiar, sometimes weary, even ridiculous rhetoric rather than an exceptional emergency intervention." (McRobbie & Thornton, 1995: 560) Il panico morale nelle società attuali, per McRobbie e Thornton, è un fenomeno maggiormente complesso; "moral panics are now continually contested." (ibidem: 573)

I cambiamenti sociali (differenziazione) e l'espansione-diffusione dei media rendono le reazioni agli eventi sociali molto più diversificate e varie. Le voci che intervengono nei dibattiti sulla devianza, e li influenzano, si sono moltiplicate. "In particular, two

groups seem to be making ever more vocal and 'effective' intervention: pressure groups have, among other things, strongly contested the vocality of the traditional moral guardians; and commercial interests have planted the seeds, and courted discourses, of moral panic in seeking to gain the favourable attention of youthful consumers." (ibidem: 567) I gruppi di pressione assumono un ruolo centrale e sviluppano professionalità specifiche al fine di ottenere un maggiore accesso ai media. Uno degli scopi principale dei gruppi di pressione è, infatti, proprio quello di intervenire rapidamente nei processi di demonizzazione di specifici gruppi sociali e di generazione di panico morale. I gruppi stigmatizzati, attraverso le associazioni che li rappresentano, rispondono alle definizioni dominanti, cercano di cambiarle informando e fornendo contro-discorsi alternativi.

Le etichette musicali indipendenti, i club, gli artisti, cercano di provocare volontariamente panico morale intorno a sé a fini pubblicitari. Il panico morale ricercato si trasforma in una routine di marketing. Le sottoculture e i gruppi marginalizzati producono i propri media e intervengono nel dibattito diffondendo il proprio punto di vista. I giovani sono maggiormente coscienti dell'occhio disciplinare che li scruta. L'isteria generata da sottoculture del passato entra negli annali storici giovanili e diviene un modello da imitare. Il panico morale viene rigirato, trasformato, utilizzato a proprio vantaggio. "Moral panic can therefore be seen as a culmination and fulfilment of youth cultural agendas in so far as negative news coverage baptizes transgression." (ibidem: 565)

La società tutta ha sviluppato una maggiore coscienza e comprensione del fenomeno, moltiplicando le voci nel dibattito morale-politico e diversificando gli scopi e gli obiettivi per cui vi si partecipa. Il panico morale, in quanto processo culturale spiroidale e complesso, si è diffuso, ma insieme è sempre più difficile tracciare un confine netto tra 'normale' e 'deviante'. "'Folk devils' can and do 'fight back'". (ibidem: 9) Il dibattito si accende, la retorica si infuoca e l'isteria si diffonde, non riuscendo più a trovare un appiglio

specifico su cui sfogarsi, ma venendo continuamente alimentata. Divenendo ordinario, il panico morale potrebbe, al contrario, aver perso la sua efficacia. Le persone, maggiormente coscienti dei meccanismi attraverso cui il fenomeno viene generato, potrebbero percepire la retorica infuocata dei guardiani morali come un divertente spettacolo. Le tendenze contraddittorie si incrociano e scontrano, senza trovar sintesi e diversificando, complessificando, i processi sociali di isteria collettiva. Nuovi drammi sociali emergenti.

Egemonia e Potentia

“È nel mutamento che le cose si riposano.” (Eraclito)

L'egemonia è, per Gramsci, un concetto storico, valido per una specifica congiuntura. Il potere si trasforma e non è più esclusivamente fondato sulla coercizione, vince il consenso dei subordinati tramite forme di educazione ideologica. L'espansione della società civile, la disseminazione dei centri di potere, e il passaggio da forme di conflitto politico tipiche della guerra di manovra a forme maggiormente simili alla guerra di posizione, portano ad una nuova modalità di funzionamento del potere. L'egemonia si conquista presidiando le postazioni strategiche e vincendo il consenso di una parte dei subordinati. Il potere deve diffondersi in molti campi sociali e penetrare nella società civile. L'egemonia è strettamente connessa al potere culturale, è sostenuta da un'ideologia e dai discorsi disciplinari che la giustificano e legittimano.

Una nuova congiuntura storica è, però, secondo diversi studiosi, sopraggiunta; e un nuovo regime di potere sta emergendo all'incrocio di una serie di fenomeni connessi. La globalizzazione trasforma radicalmente l'esercizio del potere e rende problematico il concetto di egemonia, elaborato a partire da studi 'nazionali'. Le merci 'morte' della prima modernità, nell'ordine post-egemonico acquisiscono vita, si trasformano in sostanza pensante (Appadurai, 1986; Canevacci, 2000, 2007; Kopytoff, 1986). “Capitalist power itself though, global capitalist power, works through such thinking and, in an important sense, living matter, rather than the solely extensive matter of the commodity.” (Lash, 2007: 70) La vita, contemporaneamente, si mediatizza. I media ubiqui connettono le persone attraverso interfacce disperse e protocolli. Media, codici mediali e algoritmi penetrano nel sociale e danno forma alla vita stessa. Questa serie di fenomeni portano all'emergere di un potere

vitalistico di tipo nuovo, che confonde umano e non-umano e si fonda sulla generazione-produzione continua del sociale, più che sulla riproduzione dell'esistente.

Il regime di potere egemonico era caratterizzato, per Lash, dall' 'extensive politics'. Le società contemporanee, al contrario, si avviano verso un'epoca post-egemonica; in cui, una nuova modalità di funzionamento del potere, 'politics of intensity', prende forma. Al vasto regime di rappresentazione su cui si fondava l'egemonia, si sostituisce un regime intensivo di comunicazione da cui scaturisce il nuovo potere emergente. Lash individua tre passaggi centrali della trasformazione: "(1) a transition to an ontological regime of power, from a regime that in important respects is 'epistemological'; (2) a shift in power from the hegemonic mode of 'power over' to an intensive notion of power from within (including domination from within) and power as generative force; (3) a shift from power and politics in terms of normativity to a regime of power much more based in what can be understood as a 'facticity'." (ibidem: 56)

L'egemonia fonda il suo potere sull'ordine simbolico. Entrando nell'ordine del linguaggio, si diviene soggetti alla 'legge del padre', che ci costituisce come soggetti. La 'legge del padre' è l'ordine simbolico esistente in una determinata società. Il 'simbolico' è strutturato come un linguaggio, è epistemologico. "Epistemological power works through logical statements or utterances, through propositions that are predications of a subject. The language of the symbolic through which hegemony is exercised in this sense, as mode of predication, that is also a mode of judgment." (ibidem: 3)

Il potere, per i Cultural Studies e i sostenitori del paradigma egemonico, opera, principalmente, tramite formazioni discorsive. Il presupposto è che gli oggetti e gli eventi non possono essere compresi – esperiti in sé stessi, senza la mediazione della rappresentazione, del linguaggio e dei discorsi che su di esso vengono costruiti. Potere e resistenza sono, entrambi, epistemologici; operano tramite discorsi, tramite ideologie. La

resistenza al potere egemonico, per alcuni autori (es. il movimento Surrealista), fa ricorso all'immaginario, che pone "against the ego's epistemology – an unconscious in ontological mode." (ibidem: 58) O può prendere forma, per altri Žižek (1989, 2001), nel 'reale', che sfugge al regime della rappresentazione, alla piena conoscenza attraverso giudizi cognitivi. La resistenza, però, nel paradigma egemonico dei Cultural Studies, è principalmente questione di discorsi-ideologie dei subordinati contrapposti ai discorsi-ideologie del blocco di potere.

Il potere post-egemonico è "less a question of cognitive judgements and more a question of being." (Lash, 2007: 58) Il potere emergente è ontologico. Potere e resistenza, nell'ordine post-egemonico, si fondano sul 'reale'; che è almeno parzialmente indicibile, non rappresentabile. Nell'ordine egemonico era la resistenza che, a volte, ricorreva al 'reale', all'ontologico, per sfuggire all'ordine simbolico, epistemologico. Nella società post-egemonica il potere stesso penetra nel 'reale', si fa ontologico. "Power has become more sinister in a post-hegemonic age. In the age of hegemony, power only appropriated your predicates: in the post-hegemonic present, it penetrates your very being. Power, previously extensive and operating from without, becomes intensive and now works from within." (ibidem: 59)

Il potere egemonico è un potere relazionale, è potere su, potere di far fare. A questa forma di potere si affianca, sempre più di frequente, un potere concepibile come forza, energia, potenziale, 'potentia' (Negri, 1991). È una tipologia di potere che ha a che fare più con l'invenzione che con la dominazione, la riproduzione e il controllo. Il potere si fa vitalistico, penetra nell'essenza stessa degli oggetti e dei corpi. "Potestas or pouvoir works through external determination, like mechanism. Potentia (puissance), in contrast, works less like mechanism than like 'life' and there is an important neovitalist dimension to post-hegemonic cultural studies." (ibidem: 59)

Pouvoir (potestas) opera epistemologicamente, normalizza e riproduce. Potentia opera ontologicamente, produce differenza; è immanente. È il divenire delle cose e dei corpi. È un'energia che pervade l'umano e il non umano, trasversale a ogni cosa. "Power comes to act from below: it no longer stays outside that which it 'effects'. It becomes instead immanent in its object and its processes." (ibidem: 61)

La metafisica collassa nella 'fatticità' della materia. I fatti, una volta privati della vita attraverso l'astrazione in categorie di pensiero, ora tornano alla vita, sono dis-intermediati ed esperiti come dati sensibili grezzi. "In their rawness, facts come very much alive. Thus the 'positivism' of the age of hegemony gives way to post-hegemonic empiricism." (ibidem: 64)

La politica egemonica si fondava sull'organizzazione dall'alto, sull'astrazione, sulla norma; la politica post-egemonica sull'organizzazione dall'interno, sull'immanenza, sulla 'fatticità'. La resistenza viene sostituita dall'invenzione ('performing the exceptional'), dalla deriva e dall'evasione.

Lash registra un'ulteriore trasformazione. Il regime simbolico collassa in un regime di comunicazione. "The symbolic – iconic of hegemonic power – is collapsed into the order of communications. Into the profane banality of the everyday." Il simbolico, per Durkheim (1893), è connesso con la coscienza collettiva, ha a che fare con il legame 'comunitario', la relazione sociale. Il legame sociale, inteso nel senso più forte e pregnante, è sempre più in declino e si trasforma in relazione sociale comunicativa. "The social relation is the longer term, embedded and in proximity. The communication presumes the short term; it is disembedded... and is normally in some sense at-a-distance." (Lash, 2007: 65) Il legame sociale appartiene all'ordine del simbolico e dell'egemonia. La comunicazione, invece, è strettamente connessa con il 'reale', l'immediato ed il temporaneo. L'egemonia è dominazione legittimata, che presuppone un dualismo, viene dall'alto. Il potere

post-egemonico è immanente nei canali della comunicazione, dominazione immediata e irriflessiva. La legittimazione proviene dalla performance stessa. “Hegemony – and the symbolic – are effective through meaning. Communications work through performativity. Legitimation is no longer separate from what it is meant to legitimate, it becomes automatic.” (ibidem: 66) Il potere post-egemonico è cibernetico, sostituisce alla disciplina il controllo. I meccanismi cibernetici del potere hanno poco a che fare con l’ideologia, l’egemonia, la cultura e i significati; si basano sulla forza, la strategia, la ‘gestione operativa’. Si fondano su regole generative.

Le regole generative, sono regole di tipo nuovo, differiscono in modo profondo sia dalle regole costitutive che regolative, studiate storicamente dalle scienze sociali. Le regole costitutive dettano le regole basi del gioco sociale (es. costituzioni), senza di esse il gioco non può esistere. Le regolative stabiliscono i modi in cui si può giocare, le attività che possono prendere forma nel campo delimitato dalle costitutive. Le regole generative nascono dalla mediatizzazione della vita sociale, dalla pervasività dei media, dei codici comunicativi e degli algoritmi. “‘Generative’ rules are, as it were, virtuals that generate a whole variety of actuals. They are compressed and hidden and we do not encounter them in the way that we encounter constitutive and regulative rules.” (ibidem: 71) Questa tipologia di regole costituiscono la modalità principale attraverso cui il potere post-egemonico opera.

Lash, e gli autori che argomentano a favore dell’abbandono del concetto di egemonia, ripensano il potere. Pongono l’accento su nuove modalità di funzionamento che questo ha assunto. Il potere si fonda meno su categorie epistemologiche astratte e più sulla ‘fatticità’, si fa immanente alle cose (umane e non-umane) stesse. Il potere più che normalizzare, genera-produce differenza. Il potere vitalistico si fa divenire stesso delle cose e dei corpi.

Lash enfatizza giustamente i cambiamenti avvenuti, ma, probabilmente, ha una visione dell’egemonia eccessivamente

statica e conservativa, soprattutto se si tiene conto delle sue più recenti formulazioni⁴⁸. Le differenze restano, in ogni caso, ampie; ma, forse, le due concezioni più che mutualmente esclusive, si completano a vicenda.

Power Play

“Scegliere se stessi” significa “essere libero non solo nel senso debole di agire in accordo con preferenze coerenti... ma anche nel senso più forte di aver scelto quelle preferenze” (Elster, 1983: 162)

I cambiamenti socio-culturali spingono a riconsiderare le dinamiche in mutazione del potere. Non necessariamente questo deve tradursi, però, in un abbandono completo dei concetti e delle teorie sviluppati dai Cultural Studies o in un’analisi del potere, in quanto immanente alla società, che faccia svanire i processi conflittuali di piacere, senso e identità-differenza.

Le società moderne potevano essere interpretate attraverso categorie di pensiero stabili, le cui relazioni erano fisse e che abilitavano l’individuazione di “deep structure that invisibly organizes those categories and reproduces itself in all domains of social experience.” (Fiske, 1993: 7) Le società tardo-capitaliste sono post-strutturali. Le differenze e le fratture sociali si sono moltiplicate ulteriormente, le persone traggono senso dal sociale in modo maggiormente mobile, e le società sono troppo complesse per essere comprese attraverso categorie strutturali. La classe sociale non può occupare più il ruolo teorico ed esplicativo centrale attribuitole nel passato. L’ordine post-strutturale è meglio compreso attraverso l’opposizione power-bloc/people. L’opposizione è riferita a un numero molto maggiore di fratture e differenze sociali e non incorpora categorie stabili o strutturali. Le categorie utilizzate sono piuttosto mobili, instabili, ibride e magmatiche, “formed and dissolved according to the perceived exigencies of the issues involved and its situating conditions.” (ibidem: 10)

Power-bloc/people, o sempre più di frequente più spesso ‘the haves’ e ‘the have-nots’, non sono categorie sociali fisse, stabili o solidificate; piuttosto alleanze mobili e mutevoli, sempre reversibili,

formate strategicamente e tatticamente per servire gli interessi delle persone in esse coinvolte. Fiske recupera i concetti elaborati dai Cultural Studies, ma li liquefa-mobilita; pone “greater emphasis... on the mobility and multiaxiality of the alliance” formate dalle persone. Il conflitto tra power-bloc e people è un processo continuo, mutevole, mai fissato strutturalmente, in perenne divenire. L’opposizione deve essere interpretata come il contrapporsi perpetuo delle strategie del power-bloc, alle tattiche delle persone (people) e “it adapts itself chameleon-like to its immediate environment” (ibidem: 10). Power-bloc/people non sono alleanze costituite in modo stabile e definitivo, le persone si alleano con l’una o con l’altra a secondo delle situazioni contestuali e dei propri interessi. La stessa persona può allineare se stessa alle strategie di dominio del blocco di potere in determinate situazioni e relazioni sociali, mentre in altre trarre senso ed empowerment attraverso tattiche e alleanze tratte e generate dai repertori popolari. Un impiegato di medio-alto livello può, ad esempio, allinearsi alle strategie di dominio patriarcale in famiglia; porsi dalla parte degli have-nots in una discussione politica tra amici al bar in opposizione ai politici distanti, potenti e non influenzabili e, al contrario, degli ‘haves’ in una discussione politica locale di quartiere in contrapposizione a aree più povere e degradate; allinearsi di nuovo al dominio del mercato e di genere sul posto di lavoro nella gestione-interazione e relazione con i propri sottoposti e, simultaneamente, sviluppare forme di solidarietà più ampie e popolari in specifiche fasi della vita lavorativa (ad es. rinnovo dei contratti o crisi aziendali); o può dar senso al mondo sociale immediato e di vita quotidiana attraverso concetti e categorie tratte dal repertorio del dominio razziale che gli permettono di tutelare i propri interessi locali, mentre interpreta il mondo più vasto in maniera maggiormente cosmopolita e multiculturale attraverso la contrapposizione tra le ‘persone normali’ (non fortemente razzializzate o etnicizzate) e ‘quelli che gestiscono il mondo dietro le porte chiuse’.

La fluidità delle definizioni sociali sfocia in un costante processo di scelta, di posizionamento, rispetto a issues e contesti. People non è una categoria prestabilita e individuabile una volta per tutte. Le persone non appartengono in modo definitivo. Non scelgono di allearsi con le formazioni popolari o con il blocco di potere in ogni situazione e momento, piuttosto a secondo dei contesti, delle relazioni coinvolte e della specifica frattura sociale o tematica convocata. People sono le persone che ottengono meno vantaggi dalla disciplina sociale, hanno minor accesso al potere e alle risorse economiche e politiche. People è una formazione sociale variabile e cangiante costituita da alleanze instabili tra persone caratterizzate da una relativa mancanza di privilegi, dalla deprivazione rispetto a...

The people deve essere inteso come una serie complessa di alleanze mutevoli e fragili che attraverso raid guerriglieri liberano spazi in cui esperire una socialità diversa, provare piacere ed elaborare un senso del mondo e di se stessi in opposizione alle definizioni dominanti e normalizzate. In opposizione non deve essere inteso tanto come un tentativo di rovesciare il potere esistente, piuttosto come una volontà di evadere la disciplina e asserire un qualche controllo immediato. "Popular agency not necessary work to change the system that subordinate people: often it work to enlarge popular space within the system, to extend the locales over which popular control can be exercised" e per promuovere gli interessi delle persone "within, outside or against it." (ibidem: 82)

Fiske, oltre a mobilitare le precedenti concezioni elaborate dai Cultural Studies, sviluppa una propria teoria del potere, elaborando in parte sugli scritti di Foucault e Giddens. Il potere, per l'autore, è "a systemic set of operations upon people which works to ensure the maintenance of the social order (in our case of late capitalism) and ensure its smooth running." (Fiske, 1993: 11) Il potere è imperialista (imperializing power), prova a estendere il suo dominio il più possibile sia estensivamente, nello spazio e nel tempo, sia

intensivamente provando a penetrare nel profondo della società e degli individui, nei loro pensieri più reconditi e in ogni più minuto comportamento. Per fare questo, il potere deve, infatti, provare a controllare gli spazi sociali dove le persone vivono quotidianamente e si relazionano, i comportamenti e le azioni sociali e le modalità attraverso cui gli attori sociali interpretano e danno senso alla propria realtà sociale e a se stessi.

Il dominio, il potere imperiale, la disciplina sociale che cala dall'alto, sono costantemente confrontati, però, da poteri popolari, poteri dal basso, più deboli, ma capaci di generare un proprio senso del mondo e del sé e di asserire un controllo sullo spazio immediato in cui ci si muove. 'Localizing power' non prova a estendere il proprio controllo sul mondo o su altre formazioni sociali, piuttosto cerca di controllare le condizioni immediate di vita. "These conditions comprise thoughts, feelings, beliefs and actions; they include social identity and social relations as they are made material in the places, temporalities and routines of daily life." (ibidem: 12) Le persone in condizioni di subordinazione resistono allo stazionamento da parte del domino, ovvero al proprio posizionamento in 'stazioni' costruite dall'imperializing power nel tentativo di assegnargli un'identità sociale docilizzata e influire sul loro comportamento e sulla rappresentazione della 'realtà' in base alla quale agiscono. Utilizzando poteri più deboli, costruiscono una sfera di indipendenza immediata, un locale su cui esercitare il proprio controllo, e in cui far emergere un senso del proprio mondo sociale e di se stessi non docilizzato ed elaborare proprie rappresentazioni, forme di comportamento e di relazione sociale. Il locale, in contrapposizione alla stazione, è uno spazio liberato temporaneamente dove formare una *communitas*, "a social formation whose links were horizontal and thus under the control of the subordinate and beyond the disciplinary reach of vertical individuation." (ibidem: 96) Le *communitas* sono spazi sociali dove sviluppare identità proprie non conformi alle posizioni previste- create dal blocco di potere e relazioni sociali non caratterizzate

dall'asimmetria del potere, ma dall'orizzontalità della solidarietà. Una comunità deve, però, sviluppare "its new social relations from the resource of the social order which has been dominated by interests that it opposes". (Fiske, 1993: 298) Il locale e la *communitas*, in cui assumere controllo delle proprie condizioni sociali immediate, della propria identità e delle relazioni sociali che vi prendono forma; devono essere creati rigirando ai propri fini le risorse che il sistema offre ed evadendo la disciplina sociale. Le risorse culturali utilizzate continuano a portare, però, traccia della loro origine e la liberazione di uno spazio sociale è sempre instabile perché il dominio non riconosce confini, imperialmente prova a penetrare ovunque e teme, vede con sospetto, qualsiasi tentativo di separatezza-differenza profonda e non resa sistemicamente compatibile.

Fiske ritiene, inoltre, che la cultura pubblica sia più soggetta a tentativi di censura o a forme di populismo della cultura commerciale. Il blocco di potere può esercitare un controllo più diretto sulla cultura pubblica. Attraverso strategie discorsive populiste può, ad esempio, tentare di definire "the people in its own interest and then to recruit those so defined to serve the interest that defined them" (ibidem: 173). La cultura pubblica è più soggetta, inoltre, a forme di censura o restrizioni d'accesso al dibattito pubblico in base a criteri ideologici, di competenza e rilevanza. Più di tutto, la capacità di farsi sentire e la forza di voci dissenzienti è ridotta e il blocco di potere può ascoltare, e solitamente ascolta, solo ciò che è in linea con le proprie attese; ignorando tutte le altre voci. La cultura commerciale, al contrario, è costretta ad ascoltare maggiormente a causa dell'insistenza del "cash register speech".

La cultura commerciale deve aprirsi necessariamente agli interessi e ai piaceri del popolo al fine di avere successo di mercato, questo non significa che sia necessariamente maggiormente aperta, ma che

deve esporsi-interagire, provare ad ascoltare pena il fallimento del prodotto.

La cultura commerciale per aver successo deve tramutarsi in Popular Culture. La cultura popolare, secondo la maggioranza degli studiosi che si muovono nello spazio magmatico dei Cultural Studies, non coincide con la cultura commerciale industrialmente prodotta, viene creata dalle persone traendo risorse dai prodotti commerciali più adatti. Le merci culturali, pertanto, devono riuscire contemporaneamente a servire gli interessi dei produttori e quelli delle audiences. La popular culture nasce nel processo e nel conflitto sociale, non nel testo mediale isolato.

Hall ha analizzato criticamente alcune delle teorie sulla popular culture; trovandole poco convincenti. Popular Culture inteso come ciò che la gente consuma, come cultura mercificata e fonte di manipolazione e degradazione; e popular culture come autentica e alternativa cultura del popolo, la 'vera' cultura della classe operaia che non ha nulla in comune con i suoi 'surrogati' commerciali; sono, entrambe, due concezioni che escludono il conflitto sociale, che estraggono la popular culture dalle sue condizioni di produzione all'interno di strutture sociali segnate dal dominio e dalla subordinazione. La versione commerciale, inoltre, sottovaluta le capacità delle persone che appaiono come drogati culturali; la seconda, al contrario, tiene poco conto del potere esercitato dall'industria culturale, gli operai o il popolo ne sarebbero in qualche modo del tutto immuni. Popular culture intesa, in senso quasi 'antropologico', "tutte quelle cose che il popolo fa o ha fatto" (S. Hall, 1981: 78), è, per l'autore, eccessivamente descrittiva e non tiene in considerazione che il popolare si definisce in opposizione alla cultura egemonica delle élite. Popular culture è ciò che appartiene al popolo e non fa parte delle forme e delle attività culturali delle élite. Le singole forme e attività possono transitare da un campo all'altro, ma il popolare si struttura sempre in base a questa distinzione oppositiva di fondo.

La cultura popolare è, per Hall, costituita dalle forme ed attività culturali radicate nei contesti sociali e materiali di determinate classi ed è in perenne tensione con la cultura dominante. La cultura popolare è un campo di lotta in cui nessuna attività, simbolo o forma culturale ha un significato fissato per sempre. “Forze emergenti, che puntano al futuro, perdono la loro capacità anticipatrice e diventano puramente reazionarie; le rotture culturali di oggi possono essere recuperate domani per sostenere il sistema di valori e significati allora dominante”. (ibidem: 81)

La cultura popolare, per l'autore, non deve essere confusa con la cultura di una singola classe, è la cultura degli oppressi (people). E si contrappone non alla cultura di una singola classe dominante, ma alla cultura egemonica del blocco di potere. Il blocco di potere cerca di disciplinare, imbrigliare la popular culture; i subordinati rispondono “lungo linee complesse di resistenza ed accettazione, rifiuto e capitolazione.” (ibidem: 78) La cultura popolare è contraddittoria e gli stessi testi mediali devono esserlo. Un testo puramente commerciale, e allineato con l'egemonia, non riuscirebbe a creare identificazione, per mancanza di esperienze riconoscibili da parte del popolo.

La cultura popolare ha legami profondi con i concetti di senso comune e nazional-popolare di Gramsci. Il senso comune è contraddittorio, costituito dai più svariati frammenti di conoscenza di ogni epoca. Il senso comune si trasforma continuamente. Il nazional-popolare è strettamente connesso al senso comune, è il campo di lotta ideologica dove il senso comune si forma. La cultura popolare è il campo di battaglia in cui l'egemonia viene conquistata e persa; “un campo di battaglia permanente, in cui la vittoria non si ottiene una-volta-per-tutte, poiché le posizioni strategiche possono essere conquistate e perdute.” (Ibidem: 78)

Conflitto e contraddizioni sono due concetti che uniscono Hall e Fiske. La cultura popolare, per Fiske, è intrinsecamente contraddittoria; nasce all'interconnessione di due differenti economie delle merci culturali: finanziaria e culturale. È prodotta

industrialmente, quindi per profitto, ma deve soddisfare, contemporaneamente, gli interessi del 'popolo'.

Nell'economia finanziaria, le merci culturali vengono prodotte. Merce culturale è, per l'autore, sia un testo mediale che un qualsiasi oggetto di consumo. Tutte le merci possiedono una dimensione culturale, pertanto tutte hanno una dimensione ideologica e tutte, al contempo, possono essere usate per costruire significati e piaceri. Le merci culturali sono prodotte, nell'economia finanziaria, per ottenere il massimo profitto; quindi cercano di conquistare il maggiore numero possibile di consumatori. Per farlo, fanno appello a ciò che le persone hanno in comune, ovvero l'ideologia dominante e l'esperienza di subordinazione. In questo modo, gli obiettivi economici dell'industria e quelli disciplinari ed ideologici dell'ordine sociale esistente combaciano quasi spontaneamente. "Of course capitalism requires diversity, but it requires a controlled diversity, a diversity that is determined and limited by the needs of its mode of productions." (Fiske, 1989a: 29) L'ordine sociale, per riprodursi, deve produrre una controllata varietà di soggettività; quelle che sono necessarie al suo funzionamento e non altre. "But social diversity exceeds that required by capitalism, by patriarchy, by racial domination." (ibidem: 29) La diversità sociale sfugge e si rifiuta di omologarsi. La merce culturale per aver successo deve riuscire ad essere accettata da questa diversità sociale, quindi deve aprirsi ad essa. Non tutte le merci culturali riscontrano il favore popolare. "All the culture industry can do is produce a repertoire of text or cultural resource for the various formations of the people to use or reject in the ongoing process of producing their popular culture." (Ibidem: 24) È nell'economia culturale che la popular culture viene creata. La merce si trasforma in significati e piaceri e il consumatore-audiences in produttore di una diversità significativa e di piacere liberatorio.

Le merci culturali, prima di poter essere usate, devono, quindi, essere selezionate. Fiske definisce questo processo *discriminazione popolare*. I criteri estetici, che sono sempre una forma disciplinare,

non hanno grande importanza nella discriminazione popolare; quello che conta è la capacità dei testi di interconnettersi con l'esperienza quotidiana. *Relevance* è esattamente questo. Le audiences devono riuscire a creare dei punti di connessione tra il testo e la propria situazione sociale; il testo deve essere pertinente. Per essere pertinente nella vita quotidiana di persone così disparate e varie, il testo deve necessariamente essere polisemico. Deve, insieme, essere capace di offrire materiali culturali pertinenti e rilevanti per persone che vivono in una condizione di subordinazione. Paradossalmente, nota Fiske, un testo che si estraesse dalla struttura di dominio, che non portasse le tracce del potere sociale e culturale; non potrebbe stabilire nessun punto di pertinenza con l'esperienza di vita subordinata.⁴⁹ I testi popolari devono contenere tracce del dominio, ma insieme lasciare spazio all'evasione e al sovvertimento di esso. "A text that is to be made into popular culture must, then, contain both the forces of domination and the opportunities to speak against them, the opportunities to oppose or evade them from subordinated, but not totally disempowerment, positions." (Fiske, 1989a: 25)

Productivity è il secondo criterio che guida la discriminazione popolare. Il consumo è un'attività produttiva. Le merci culturali si trasformano in materiali grezzi, risorse primarie, da cui viene creata la popular culture. Le merci culturali, per divenire popolari, devono essere in grado, quindi, di fornire materia prima alla produttività popolare. "Popular Culture is a struggle between the 'nature' (ideological, strategic, disciplinary) of the resource provided by the financial economy and the cultural needs of everyday life." (ibidem: 142)

Le *modalità di consumo* sono l'ultimo criterio che guida la discriminazione popolare. Per integrarsi nella vita quotidiana delle persone, le merci culturali devono offrire modalità di consumo aperte e flessibili; così da poter essere usate nei modi più disparati che le persone desiderano.

“Popular culture is made by people at the interface between the products of the culture industries and everyday life.” (Fiske, 1989a: 25) La vita quotidiana è uno spazio magmatico e fluido dove gli interessi contraddittori dell’ordine sociale vengono continuamente negoziati e contestati. Fiske, seguendo De Certeau (1984), ritiene che la vita quotidiana sia caratterizzata dal conflitto e dalla resistenza dei subordinati, che usano quello che il sistema gli offre a proprio vantaggio. I potenti cercano di controllare gli spazi e le merci che danno forma alla vita quotidiana; sono super organizzati, privi di fantasia e usano strategie di controllo. I deboli sono creativi, flessibili, adattabili. Creano i propri spazi mobili negli interstizi scarsamente controllati dai landlords. Contrappongono alle strategie di controllo dei potenti, i veloci raid tattici della guerriglia. “The weak use guerrilla tactics against the strategies of powerful, make poaching raids upon their text or structures, and play constant tricks upon the system.” (Ibidem: 32) Le strategie del ‘power-block’ vengono sempre contrastate dai raid dei guerriglieri (‘people’). E, per quanto una stessa persona, in diversi, momenti può essere complice dell’egemonia o resistere ad essa (a secondo delle diverse alleanze sociali mutevoli attivate), people e popular culture sono sempre in conflitto con le forze del domino.

La popular culture, è inoltre, uno spazio particolarmente favorevole per il conflitto. Quanto più il sistema si fa complesso e distante tanto meno riesce a controllare direttamente la vita quotidiana delle persone, ma nella popular culture per entrare in contatto con queste e dovendo soddisfarne le necessità per raggiungere i propri obiettivi; il potere è costretto ad esporsi. “The colonizing army that wish to mantein control of difficult mountainous territory must expose itself to guerrilla raids – it can protect itself only by withdrawing to its citadels. Popular culture is always difficult mountainous territory for those who wish to control it... Hegemonic force can be exercised only if people choose to read the texts that embody it, and they will choose only those texts that

offer opportunities to resist, evade, or scandalize it.” (ibidem: 104-5)

La complessità e la diversità radicale del sociale, i raid guerriglieri, i poteri localizzanti dal basso, rendono più complesso il mantenimento del controllo, della disciplina e del potere, specialmente quando il power-block per i suoi propri interessi è costretto ad esporsi. Simultaneamente, il penetrare del potere in ogni aspetto della vita sociale, l’abilità nel proporre rappresentazioni e simboli sociali egemonici e populistici, consolidano-solidificano le relazioni di potere esistenti. Power-block/people storicamente interagiscono, secondo la teoria classica dell’egemonia, raggiungendo un accordo, attraverso un conflitto-negoziato segnato dal potere coercitivo e persuasivo del blocco di potere, ma insieme dalla capacità dei subordinati di mantenere in vita-creare e ricreare differenza, identità sociali dissenzienti e significati capaci di dare senso alla propria condizione di subordinazione. Il potere omogeneizzante-imperiale si scontra con l’antagonismo del frammento, del locale. L’asimmetria della relazione spinge, però, all’accettazione di “a point of consent that is closer to the dominant interests than would otherwise be the case”. (Fiske, 1993: 42) I mutamenti socio-culturali e la capacità delle persone di produrre senso e differenza potrebbero, però secondo Fiske, spingere verso un cambiamento di regime di potere, far emergere nuove modalità-dinamiche di funzionamento del potere, nuovi equilibri maggiormente favorevoli ai partner deboli delle relazioni di potere.

Hall e Fiske considerano, entrambi, la cultura uno spazio di conflitto. Usano, però, metafore di guerra diverse per analizzarla. Hall ritiene che si tratti di una guerra di posizione, Fiske la considera una guerra asimmetrica. Hall ritiene che il conflitto venga perso e vinto, mai definitivamente, attraverso la conquista di posizioni strategiche. Fiske vede contrapposte una forza che ragiona in

termini di controllo strategico ad una miriade di alleanze mutevoli che le si contrappongono attraverso rapidi raid guerriglieri. I guerriglieri non possono controllare a lungo le posizioni strategiche, ma possono conservare il senso della propria diversità e subordinazione, rifiutandosi di sottomettersi al controllo.

La differenza risiede più nelle idee e negli obiettivi politici dei due autori, che nei concetti adottati. Hall riconosce l'estrema diversità di cui il sociale si compone, ma è interessato a sviluppare un'ideologia organica, che possa unificare i differenti gruppi subordinati. Il conflitto quindi è tra due eserciti che lottano per l'egemonia. L'ottica dell'autore è quella di una persona profondamente impegnata e coinvolta nella politica di sinistra; il cui obiettivo resta la trasformazione sociale mediante la politica.

Fiske è a sua volta dichiaratamente progressista, ma meno coinvolto nella politica concreta. L'autore non è interessato allo sviluppo di un'ideologia organica in grado di creare alleanze più stabili e complessive; è interessato a dimostrare che le persone hanno molto più potere culturale di quanto si creda e che l'ordine sociale non è in grado di controllare completamente il sociale, né eliminare le differenze. La popular culture tenendo vive le differenze e il senso di opposizione, può creare alcune delle condizioni necessarie al cambiamento sociale. Il cambiamento sociale è favorito dai raid guerriglieri; senza di questi nessuna politica di cambiamento sociale potrebbe aver successo, perché sarebbe rifiutata dalle persone a cui si rivolge (una volta che fossero state completamente assorbite nell'ordine dominante). Hall si concentra sulla macro lotta politica tra eserciti. Fiske sui conflitti quotidiani, politici sì; ma motivati soprattutto dal piacere e non da progetti di trasformazione sociale.

Fiske, inoltre, nei suoi primi lavori ritiene i raid guerriglieri, i poteri localizzanti, importanti per due principali ragioni. In sé perché permettono il mantenimento e la creazione di differenze sociali significative, l'interpretazione localizzata e oppositiva delle proprie

condizioni sociali, l'esperienza di piaceri non disciplinati, e l'emersione di un senso di empowerment. E in quanto, così facendo e abilitando la creazione di relazioni sociali orizzontali e paritarie, potrebbero favorire l'emersione di più vasti cambiamenti sociali e movimenti di riforma o rivoluzionari. L'autore nei lavori più recenti individua un ulteriore motivo e, senza abbandonare le precedenti teorie adottate o il concetto di egemonia, intravede la possibilità di un cambiamento di regime di potere. Il blocco di potere, a causa dell'incremento delle differenze sociali e dei raid guerriglieri, potrebbe essere costretto ad aprirsi alle esigenze della gente e, non potendo più lavorare attraverso l'omogeneizzazione-omologazione, dovrebbe ottenere il consenso delle persone in più punti e tramite più accordi, negoziando lungo più fratture sociali con alleanze mobili mutevoli, ma più capaci di sfuggire e contrastare le strategie di domino.

Un cambio di regime di potere solitamente tende a redistribuire l'influenza tra le varie forme di potere esistenti e, in questo caso, i poteri localizzanti potrebbero guadagnare spazi rispetto ai poteri imperiali. "What was marginalized or repressed in one regime of power may become more central in the succeeding".(Fiske, 1993: 279) L'autore si dichiara sostanzialmente ottimista rispetto alla possibilità di un simile cambiamento: "Over the long haul, weak powers prove stronger than the strong ones, their strength lies in their endurance" (ibidem: 312). Fiske, però, vede l'emergere di un nuovo regime di potere come una possibilità, non una certezza, e contemporaneamente come qualcosa per cui è necessario lavorare-combattere. Società e cultura nascono da relazioni conflittuali, tendenze possono emergere che favoriscono un determinato mutamento, ma è nel conflitto, attraverso tattiche e strategie, che il mutamento in un senso o nell'altro avviene.

Il cambio di regime di potere, ridefinendo le relazioni tra imperializing e localizing power, in ogni caso, trasformerebbe nel profondo la società. Un ordine sociale caratterizzato dal consenso omologante intorno ai valori del blocco di potere, sarebbe sostituito

da una società altamente differenziata organizzata intorno a punti di consenso multipli “in which social differences are respected and power differences reduced.” (ibidem: 44)

Disordine e Disciplina (Relazioni di Potere, Trasgressione e Piacere)

“L’uomo, in Occidente, è diventato una bestia da confessione.” (Foucault, 1976a: 55)

*“La distruzione, quindi, come la creazione, è uno dei mandati della Natura.” (de Sade, F. *La filosofia nel boudoir*. 1795: 111)*

Conflitto e dominio. Disciplina ed evasione. Omologazione e differenza. Ordine e disordine. Resistenza e potere. Potere e piacere. Disordine, trasgressione, eccessi, piaceri popolari si contrappongono all’ordine sociale e ai discorsi disciplinari che cercano di contenerli. Il disordine interrompe l’ordine sociale, lo capovolge. La trasgressione viola la norma. Gli eccessi offendono il buon gusto e invertono la disciplina economica. I piaceri popolari resistono ed evadono ogni tentativo disciplinare.

I due estremi dell’equazione sociale sembrano inconciliabili, naturalmente opposti, ma l’opposizione potrebbe essere apparente. Il disordine potrebbe essere costitutivo dell’ordine, la trasgressione rinforzare la norma, gli eccessi costituire il buon gusto e rivitalizzare l’economia, i piaceri popolari rafforzare la disciplina facendola penetrare nel sociale e nei corpi.

La festa, per Caillois, *“è il caos ritrovato e rimodellato di nuovo.”* (Caillois, 1991: 378) L’ordine sociale, la norma sociale, con il tempo si indeboliscono e non possiedono, in se stessi, nessun principio in grado di rinnovarli, rinvigorirli. *“La festa viene celebrata nello spazio tempo del mito e assume la funzione di rigenerare il mondo reale.”* (ibidem: 375) Ordine e disordine sono costitutivi del sociale, si alternano con funzioni diverse e tengono in vita-riproducono-rinverdiscono la società. *“L’economia, l’accumulazione, la misura, definiscono i ritmi della vita profana; la prodigalità e l’eccesso, quelli della festa del periodico ed esaltante intermezzo di vita sacra che*

interrompendo l'altra, le restituisce giovinezza e salute." (ibidem: 386) La vita profana, o sacro di regolazione, organizza e ordina ciò che è stato creato e rivitalizzato dal sacro di infrazione; una governa il corso normale della vita, l'altra la sua interruzione e rigenerazione. "Allo stesso modo dell'ordine, che conserva, ma si logora ed è fondato sulla misura e sulla distinzione, così anche il disordine, che rigenera, implica l'eccesso e la confusione." (ibidem: 384)

La festa è 'un mondo d' eccezione', "un'interruzione nell'obbligo del lavoro, una liberazione dalle limitazioni e dalla servitù della condizione umana: è il momento in cui è dato di vivere il mito, il sogno." (ibidem: 391) Le regole sono sospese, nel periodo sacro della festa, e la licenza, l'eccesso, la trasgressione sono raccomandate. Lo scarto tra il tempo dell'eccesso ed il tempo della regola è sottolineato tramite: atti intemperanti, atti vietati, ed atti alla rovescia.

"Principio del disordine è l'eccesso, generatore di quell'effervescenza da cui rinascerà un ordine nuovo e rin vigorito." (ibidem: 382) Eccedere, darci dentro fino a star male, è la regola della festa. Le ricchezze, accumulate in anni di duro lavoro, vengono consumate senza moderazione, sprecate con ostentazione o semplicemente distrutte; "giacché spreco e distruzione, forme dell'eccesso, rientrano di diritto nell'essenza della festa." (ibidem: 365-366) L'eccesso non accompagna, semplicemente, la festa, in modo costante, ne è elemento costitutivo; "contribuisce al rinnovamento della natura o della società." (ibidem: 368)

La trasgressione è, altrettanto, costitutiva della festa. L'ordine del mondo è sospeso, la dissolutezza e la follia diventano raccomandabili. Esiste nella festa un imperativo "a trasgredire le proibizioni e a superare i limiti, a giovare della sospensione dell'ordine cosmico per contraddire la regola qualora essa vieti, o ad abusarne senza ritegno, qualora permetta." (ibidem: 380) Le norme e le prescrizioni dell'ordine sociale sono, durante la festa, sistematicamente violate, ma "tali trasgressioni non cessano comunque di costituire dei sacrilegi." (ibidem: 380)

La trasgressione e l'eccesso non bastano a sottolineare la sospensione temporanea dell'ordine, così, "ci si ingegna ad agire in modo diametralmente opposto al comportamento normale. L'inversione di qualsiasi rapporto appare come la prova evidente del ritorno del Caos, l'epoca della fluidità e della confusione." (ibidem: 387)

La regola, non possedendo in sé nessun principio rigeneratore, deve "far appello alla virtù creatrice degli dei e tornare agli inizi del mondo, volgersi verso le forze che allora trasformarono il *caos* in *cosmo*." (ibidem: 370) La festa rappresenta questo temporaneo ritorno che ringiovanisce e crea l'ordine sociale. È abbandono senza alcun controllo ai più inconsulti impulsi, "tempo delle emozioni intense e della metamorfosi del suo essere". (ibidem: 366) Alla calma della vita regolare, oppone l'effervescenza creatrice. L'ordine rin vigorito e rigenerato interviene a dichiarare gli eccessi e le trasgressioni conclusi. "La festa è finita: l'*ordine* è istituito di nuovo." (ibidem: 377)

Caillois elabora la teoria della festa in relazioni a rituali e a culture non industrializzate, 'tradizionali'. Nella società moderna, la festa, nel suo spirito più puro, per l'autore, non trova più spazio. Il Carnevale, ad es., ha le sue origini nelle feste antiche ed è, entro determinati limiti di spazio e di tempo, un'esplosione di licenziosità. Attraverso il travestimento, scatena una temporanea libertà. "Offre una sorta di sfogo all'eccesso, alla violenza, al cinismo e alla rapacità dell'istinto. Ma li orienta in pari tempo verso l'esagitazione disinteressata, vacua e gioiosa, li invita ad un gioco *bouffon*... questo svilimento finale della *mimicry* sacrale non è altro che un gioco." (Caillois, 1981: 154) Il carnevale orienta la carica distruttiva e creatrice dell'effervescenza caotica della festa verso il riso, depotenziandola. "L'antica alternanza tra sagra e lavoro, estasi e padronanza di sé, che faceva periodicamente rinascere l'ordine dal caso, la ricchezza dalla prodigalità e la stabilità dall'eccesso" (1991: 393) è svanita. L'ordine sociale, per Caillois, è, nelle società

moderne, interrotto solo dalla guerra; che, almeno in parte, assume le funzioni che una volta erano svolte dalla festa.

Turner (1969) studiando comparativamente i riti di inversione di società ‘tradizionali’ arriva a conclusioni non dissimili, ma che lasciano maggiori spazi allo stravolgimento temporaneo dell’ordine nelle società contemporanee, e assegnano al rito e alla festa funzioni maggiormente critiche. L’ordine sociale si situa lungo un continuum tra struttura – anti-struttura – struttura. L’anti-struttura rigenera la struttura. Durante i riti le persone esperiscono una sorta di estasi comunitaria, per poi tornare alla normale struttura sociale. “By making the low high and the high low, they reaffirm the hierarchical principle.” (ibidem: 5) I riti, nelle società ‘tradizionali’ prese in esame dall’antropologo, avrebbero, principalmente, una funzione di controllo-rigenerazione sociale. Simultaneamente, sono un esercizio di riflessività sociale; uno spazio liminale dove osservare e ri-creare il legame sociale. Lo studioso analizzando, in seguito, i riti popolari delle metropoli sud-americane, nota che la riflessività sociale, in questo contesto maggiormente stratificato e conflittuale assume, molto più di frequente, carattere di critica o rifiuto del mondo circostante. Le performance culturali, che prendono forma durante questi riti, “possono diventare esse stesse agenti attivi di cambiamento, rappresentando l’occhio con cui la cultura guarda se stessa e la tavolozza da disegno su cui gli attori creativi abbozzano quelli che credono essere i ‘progetti di vita’ più appropriati ed interessanti.” (Turner, 1993: 79)

Geertz ritiene, a sua volta, che i rituali possano svolgere funzioni integrative, ma allo stesso tempo favorire il cambiamento sociale. Il grado di corrispondenza tra struttura sociale e forma culturale è ciò che determina il significato e lo svolgimento del rituale. Il rituale non integra la comunità quando esiste una “discontinuità tra la forma di integrazione esistente nella dimensione della struttura sociale (‘causale-funzionale’) e la forma di integrazione esistente

nella dimensione culturale ('logico-significativa')". La discontinuità tra i due livelli "non porta ad una disintegrazione sociale e culturale, ma ad un conflitto sociale e culturale." (1973: 188) Geertz ritiene, in maniera non dissimile da Turner, che i rituali possano favorire forme di critica sociale e cambiamento, quando le forme culturali non corrispondono alla situazione sociale. Tra esperienza di vita e significati rituali si apre una frattura. Il rituale diviene una forza di cambiamento, esasperando le contraddizioni, permette agli attori creativi di esercitare riflessività sociale e creare nuovi significati sociali.

Kertzer analizzando l'importanza dei riti nella vita politica arriva a conclusioni simili. I riti, al contrario di quanto molti autori hanno teorizzato, non sarebbero semplicemente una "safety valves which allow political opposition to be dissipated in harmless ways" (Kertzer, 1989: 128) I riti possono offrire sfogo a tensioni politiche senza che queste diventino minacciose per il sistema, ma insieme possono stimolare conflitto politico e ostilità tra i vari gruppi sociali. I riti, per l'autore, sono utilizzati per gli scopi più vari, ad esempio sia per conservare l'ordine sociale che per stravolgerlo. I riti, però, in ogni caso offrono una qualche forma di empowerment ai subordinati, per quanto al limite parziale e temporanea. "Through rites the powerless can overcome their politically debilitating isolation, their lack of bureaucratic organization, and be united to challenge the position of the elite." (ibidem: 144) I riti sono utilizzati sia per conservare-riprodurre l'ordine sociale che per stravolgerlo, quale funzione assumono dipende dalle circostanze e dagli attori sociali. I partecipanti al rito, in ogni caso, attraverso esso, creano uno spazio per riflettere sulle proprie condizioni di vita e partecipano ad una messa in scena dell'effervescenza sociale capace di mobilitare-smuovere. La direzione del movimento non è fissata, se non dalle circostanze e dalle intenzioni strategiche degli attori sociali, ma il rito smuove, genera riflessività sociale.

I tre autori contestualizzano i riti, questi non posseggono una funzione assoluta, valida in ogni luogo ed in ogni tempo, ma

assumono significati diversi a secondo delle circostanze sociali. Ciò che resta centrale è la dialettica creativa tra struttura e anti-struttura che può assumere forma di completamento-rigenerazione o contestazione.

La dialettica conflittuale tra disordine e disciplina è complessa e contraddittoria. La festa, il carnevale, per Bataille, sono il “tempo sacro per eccellenza... Tra i periodi normali e i periodi di festa, vi è un'inversione di valori”. “Il mondo profano è quello dei divieti” e del lavoro, durante il quale accumuliamo risorse. “Il mondo sacro si apre a trasgressioni limitate” e vive sotto il segno dello spreco-distruzione. (Bataille, 1969: 76–77)

“La trasgressione eccede, senza distruggerlo, un mondo *profano* di cui è completamento.” (ibidem: 76) È un modo per convivere con il divieto illogico. “La trasgressione sovente non solo è ammissibile, ma anzi è obbligatoria... Il divieto esiste allo scopo appunto di essere violato” (ibidem: 71-72) e, così, confermato e rafforzato. “Sotto il peso dell’emozione negativa, noi dobbiamo obbedire al divieto: lo violiamo se l’emozione è positiva.”⁵⁰ (ibidem: 72) La trasgressione non riporta ad uno stato di ‘libertà naturale’ e non sarebbe neppure concepibile se non esistesse il divieto. “Il senso della trasgressione è infatti: In questo particolare momento, quella data cosa è, fin qui, possibile.” (ibidem: 72) “La preoccupazione di una regola a volte raggiunge il massimo nel corso della trasgressione.” (ibidem: 73) La trasgressione viola, temporaneamente, la fragile barriera di divieti che l’uomo oppone alla natura; e nel farlo, contemporaneamente, conferma e rinforza questa esile grata. “La trasgressione non è la negazione del divieto, bensì il superamento e completamento.” (ibidem: 71) L’ordine culturale, infatti, “include sia la regola, sia la trasgressione.” (Clifford, 2000: 153) La trasgressione “appare non meno sottoposta a regole di quanto lo sia il divieto... ma una prima licenza limitata, può scatenare l’impulso illimitato della violenza” (Bataille, 1969: 73).

Una prima licenza limitata, un eccesso temporaneo, una momentanea liberazione, una trasgressione limitata e permessa possono scatenare, in alcuni situazioni, un più illimitato impulso distruttivo e trasgressivo. Tale possibilità, questo impulso eccessivo e imprevisto, resta vivo nella società odierne; ma, probabilmente, i discorsi disciplinari riescono a contenerlo con maggiore efficacia. Le trasgressioni e i piaceri disordinati, presenti nelle pratiche culturali contemporanee, sono delimitati e codificati a tal punto da non poter, quasi mai, avere simili esiti di eccesso che fuoriesce dagli schemi prefissati e previsti; da riuscire, quasi sempre, a contenere questo impulso illimitato. La trasgressione dirompente, il disordine profondo, può scaturire da pratiche culturali che prendono forma in microcosmi urbani limitati e zone di frontiera liminoidi⁵¹; centri di innovazione dispersi, disseminati, interstiziali, dove impulsi illimitati si scatenano, estasi dirompenti colgono improvvisi e piaceri creativi re-inventano l'esperienza e il sé nomadico.

La popular culture, spesso, si ispira a questi modelli trasgressivi, rubati tra le pratiche più 'alternative' che nascono nei microcosmi quando queste hanno, già, iniziato il percorso di diffusione fuori dal micro-gruppo, verso la più vasta società e la cultura; banalizzandosi, perdendo la carica oppositiva, al fine di diventare più digeribili. Legittimate grazie ad una perdita di eccesso di senso e di non-senso. Segni de-sacralizzati, socialmente accettati e giocati sulla superficie della pelle. I media rimontano il tutto in una cornice ancor più depotenziata, disciplinata e funzionalizzata al sistema; e lo diffondono dai centri di innovazione dispersi al più vasto mondo sociale. La possibilità di, fortuita, rottura è annullata. La trasgressione minimizzata e asservita agli scopi⁵².

La popular culture, simultaneamente, riproduce la trasgressione. I micro-cosmi innovativi, una volta che i precedenti modelli trasgressivi sono stati inseriti funzionalmente nel sistema, eccedono, trasgrediscono la nuova regola, e il circuito conflittuale riprende, si ri-alimenta. Le trasgressioni e il disordine rigenerano il sistema e lo ri-vitalizzano; ma, contemporaneamente, creano la

differenza disordinata e tengono vivo l'eccesso e l'effervescenza sociale. E nulla esclude, per quanto al momento possa sembrare distante-improbabile, che i disordini dirompano le barriere che li trattengono, che i micro-cosmi si connettano e diffondano, e che la trasgressione si trasformi in cambiamento dirompente.

Il cambiamento dirompente potrebbe assumere caotica forma di disordine e violenza illimitata; o le differenti trasgressioni, e identità trasgressive, potrebbero riuscire a coordinarsi⁵³ in una qualche forma di cambiamento politico - culturale (rivoluzionario o non); o, più semplicemente, il sommarsi delle trasgressioni limitate, ammesse dal sistema, potrebbe portare ad una ristrutturazione interna di più ampia portata. Il cambiamento dirompente, una volta attuato, si trasformerebbe a sua volta in disciplina, e nuove trasgressioni prenderebbero forma; in un ciclo spiroidale senza fine, dove l'uno stimola l'altro e si trasforma nell'altro. Disordine e disciplina scaturiscono, simultaneamente, nel caotico e magmatico divenire.

Trasgressione e limiti sono intimamente ed indissolubilmente connessi. “The limit and transgression depend on each other for whatever density of being they possess: a limit could not exist if it were absolutely uncrossable and, reciprocally, transgression would be pointless if it merely crossed a limit composed of illusions and shadows.” (Foucault, 1963: 73) La relazione tra trasgressione e limite è complessa, non semplicemente oppositiva (proibito vs legge, interno vs esterno); piuttosto “their relationship takes the form of a spiral that no simple infraction can exhaust.” (ibidem: 74) La trasgressione costringe il limite a ri-trovarsi in ciò che esclude, pone in risalto le divisioni e le differenze (non separatezza totale, ma costituzione dell’una nell’altro). I limiti posti dalla legge esistono solo nella trasgressione di essi; è attraverso queste trasgressioni e resistenze che il limite si riconosce e penetra nel sociale. I rapporti di potere “non possono esistere che in funzione di una molteplicità di punti di resistenza, i quali svolgono, nelle relazioni di potere, il ruolo di avversario, di bersaglio, d’appoggio, di sporgenza per una presa.” (Foucault, 1976a: 85)

Foucault registra una trasformazione del potere nelle società moderne. Da un potere essenzialmente ‘negativo’, fondato sull’esclusione, la riproduzione, la punizione e il prelievo (di beni materiali o della vita); si passa ad un potere ‘positivo’ che produce ed organizza il sociale ed instaura un rapporto completamente diverso con la resistenza, la trasgressione. Se in passato il sovrano puniva la violazione della legge, ora il potere la utilizza per penetrare nel sociale e per raggiungere i propri scopi. Utilizza strategicamente l’opposizione e gli ‘inconvenienti’.

I ‘criminali’, ad es., da inconveniente, sfida, da sopprimere e distruggere si trasformano in utili strumenti di potere. Alla punizione fisica, alla repressione e all’eliminazione della delinquenza; si sostituisce la prigione (che dovrebbe trasformare i criminali in ‘gente onesta’). Al potere che prende forma attraverso la spettacolarizzazione della morte (il prelievo della vita), si

sostituisce un potere che produce corpi docili. La prigione, però, lungi dal trasformare i criminali in 'gente onesta', "fabbrica dei delinquenti, ma i delinquenti sono infondo utili, dal punto di vista economico come da quello politico." (Foucault, 1975a: 122) L'inconveniente viene trasformato in un meccanismo di potere, utilizzato strategicamente. I criminali sono utili all'economia tramite i lavori forzati e all'economia 'nera' (es. prostituzione) che svolge funzioni chiaramente sociali; ma, ancor più, sono un elemento strategico della lotta politica. Progetti politici possono essere costituiti grazie all'appoggio dei delinquenti (Foucault porta ad esempio l'ascesa di Napoleone III) e, più in generale, la paura della delinquenza, ed i delinquenti stessi, possono essere usati contro il proletariato (sorveglianza, sobillazione, etc.).

Prima della nascita delle prigioni i delinquenti non erano una classe separata dalle altre e spesso erano ben tollerati dalla popolazione. L'istituzione di una categoria specifica facilitò il disciplinamento del proletariato e la separazione-divisione di questo dal sottoproletariato, da cui spesso proveniva la manovalanza rivoluzionaria. Gli individui 'pericolosi' devono essere messi da parte, in modo che non possano trasformarsi in agenti armati della resistenza popolare. "Il sistema penale ha avuto la funzione di introdurre un certo numero di contraddizioni in seno alle masse, ed una contraddizione principale è la seguente: opporre le une alle altre le plebi proletarizzate e le plebi non proletarizzate." (Foucault, 1972: 84) "Gli elementi più mobili, più agitati, più 'violenti', della plebe; quelli che erano i più pronti a passare all'azione immediata ed armata" (ibidem: 85) devono essere separati dalla massa e utilizzati contro di essa. La delinquenza, inoltre, è l'unica giustificazione possibile per la presenza della polizia e della sorveglianza che questa esercita sulla popolazione. "Senza delinquenza non c'è polizia... Se accettiamo in mezzo a noi questa gente in uniforme, armata, mentre noi non abbiamo il diritto di esserlo, che ci chiede i documenti, si aggira dinanzi alle nostre porte, come sarebbe possibile se non ci fossero i delinquenti? E se

non ci fossero tutti i giorni nei giornali degli articoli in cui si racconta quanto numerosi e pericolosi siano i delinquenti?” (Foucault, 1975: 129)

Il potere fondato sul prelievo, sulla legge, sulla repressione, è, sempre più, affiancato, e parzialmente sostituito, da un potere che produce, stimola, incita. Il potere repressivo è un potere essenzialmente ‘giuridico’, un potere che dice ‘no’, si fonda sulla potenza dell’interdizione. “Quel che fa sì che il potere regga, che lo si accetti, ebbene, è semplicemente che non pensa solo come una potenza che dice no, ma che nei fatti attraversa i corpi, produce cose, induce del piacere, forma del sapere, produce discorsi; bisogna considerarlo come una rete produttiva che passa attraverso tutto il corpo sociale, molto più che come un’istanza negativa che avrebbe per funzione di reprimere.” (Foucault, 1976: 13)

La repressione, il divieto, sono elementi reali del funzionamento del potere, ma non unici. “Sono probabilmente soltanto degli elementi che svolgono un ruolo locale e tattico in una trasposizione in discorso, in una tecnica di potere, in una volontà di sapere che sono lungi dal ridursi ad essi.” (ibidem: 85) Il potere-sapere è un agente di trasformazione della vita umana. Nelle società occidentali moderne al potere come prelievo, diritto di pretendere, si affiancano altre forme di esercizio del potere. Si ha una trasformazione profonda dei meccanismi, e delle tecniche, del potere. “Il ‘prelievo’ tende a non esserne più la forma principale, ma solo un elemento fra altri che hanno funzioni di incitazione, di rafforzamento, di controllo, di sorveglianza, di maggiorazione e di organizzazione delle forze che sottomette: un potere destinato a produrre delle forze, a farle crescere ed ad ordinarle piuttosto che a bloccarle, a piegarle o a distruggerle.” (ibidem: 120)

Foucault rintraccia una dinamica storica di trasformazione del potere, che non equivale ad una sostituzione di una forma con l’altra; ma ad un’integrazione-trasformazione delle relazioni di

potere e dei meccanismi attraverso cui queste si esercitano. “We need to see things not in terms of the replacement of a society of sovereignty by a disciplinary society and the subsequent replacement of a disciplinary society by a society of government; in reality one has a triangle, sovereignty-discipline-government.” (Foucault, 1978a: 219)

Il potere tradizionale si fonda sulla sovranità, la repressione, il prelievo, il diritto di vita e di morte, la legge. È essenzialmente un potere giuridico caratterizzato, per Foucault, da cinque principi generali. Instaura *relazioni negative*; non ha altro modo di agire sul mondo se non attraverso la negazione. Non possiede la capacità di produrre effetti ‘positivi’ su di esso. “Elimina elementi, introduce discontinuità, separa quel che è unito, segna frontiere.” (Foucault, 1976: 74) Si fonda sull’istanza giuridico - discorsiva della *regola*. Sottopone il mondo a un regime binario: lecito ed illecito, permesso e vietato. Prescrive “un ‘ordine’ che funziona contemporaneamente come forma d’ intelligibilità... agisce enunciando la regola... attraverso un atto discorsivo che crea, per il fatto stesso di articolarsi, uno stato di diritto.” (ibidem: 74) Genera un *ciclo del divieto*. Proibisce attraverso la minaccia di un castigo. E applica una *logica della censura*. La proibizione può assumere tre forme; “affermare che non è permesso, impedire che sia detto, negare che esista.” (ibidem: 75) Il potere, inoltre, si esercita nello stesso modo a tutti i livelli (*unità del dispositivo*). “Potere legislatore da una parte e soggetto obbediente dall’altra.” (ibidem: 76) Il potere giuridico è sostanzialmente un potere che agisce in modo uniforme attraverso il divieto, non può altro “se non far sì che ciò che sottomette non possa a sua volta fare niente, se non quello che gli permette di fare.” (ibidem: 76)

“I poteri si esercitano nelle società moderne attraverso, a partire e nel gioco stesso... fra un diritto pubblico della sovranità ed una meccanica polimorfa delle discipline.” (Foucault, 1976b: 192) Le discipline si fondano non sulla regola giuridica, ma sulla norma, la

regola 'naturale'. Il potere disciplinare prende forma nella produzione di un potere/sapere che organizza e disciplina un ambito sociale. Si fonda sulla conoscenza 'scientifica' (medica, psichiatrica, sociale, economico-politica). Una disciplina è un'articolazione specifica tra tipologie di relazioni sociali: la relazione tra soggetto ed oggetto, finalizzata ad uno scopo ('capacity'); le relazioni comunicative e le relazioni di potere. Questi tre tipi di relazioni sono differenti e distinte, ma non completamente separate; "always overlap one another, support one another reciprocally, and use each other mutually as means to an end." (Foucault, 1982: 339) Le discipline sono, appunto, "'blocks' in which the adjustment of abilities, the resources of communication, and the power relationship constitute regulated and concerted systems." (ibidem: 338) Le articolazioni presenti in questi blocchi disciplinari possono porre maggiore enfasi su una specifica tipologia di relazione: prigionie e monasteri danno preminenza alla relazione di potere e all'obbedienza, fabbriche ed ospedali si focalizzano maggiormente su attività 'goal-directed', l'apprendistato maggiormente sulla relazione comunicativa. Alcuni apparati disciplinari si fondano, invece, su una saturazione delle tre tipologie di relazioni (ad es. la disciplina militare sfrutta una moltitudine di segni per dar forma a relazioni di potere, strettamente calcolate per ottenere effetti tecnici).

Le discipline investono il corpo individuale e sociale. Ma l'emergere di tecniche disciplinari, nell'Europa del XVIII secolo, non porta alla formazione di individui maggiormente obbedienti; né l'intera società si trasforma in una prigione, scuola o baracca militare. Le tecniche disciplinari permettono "an increasingly controlled, more rational, and economic process of adjustment... between productive activities, communications networks, and the play of power relations." (ibidem: 339)

La disciplina sociale viene affiancata, progressivamente, dalle tattiche di governo. "The finality of government resides in the things

it manages and in the pursuit of the perfection and intensification of the process it directs; and the instruments of government, instead of being laws, now come to be a range of multiform tactics.” (Foucault, 1978a: 211) ‘*Governmentality*’, è un concetto usato da Foucault per indicare un processo storico complesso attraverso cui ‘the state of justice of the Middle Ages’ si trasforma nello stato amministrativo (XV-XVI sec.) e gradualmente diviene ‘governmentalized’. La ‘governmentalization’ dello stato è ciò che gli ha permesso di sopravvivere. Questa nuova tipologia di potere (‘gouvernement’) porta alla formazione “of a whole series of specific governmental apparatuses, and... of a whole complex of knowledges.” (ibidem: 220) Ed assume un’importanza preponderante rispetto alle più antiche forme in cui il potere si è esercitato (sovranità e disciplina).

‘Governmentality’ si riferisce, simultaneamente, proprio, all’“ensemble formed by the institutions, procedures, analyses, and reflections, the calculations and tactics that allow the exercise of this very specific albeit complex form of power which as its target population.” (ibidem: 221) Government è una tipologia di potere nuovo, attraverso “cui si guida la condotta degli uomini”. (Foucault, 2005: 154) Nasce dall’incrociarsi di potere pastorale (di origine cristiana), nuove tecniche militari e diplomatiche, e sviluppo degli apparati di polizia. Non è più fondato sul territorio controllato, ma sulla popolazione.

Il potere tradizionale si arrogava il diritto di togliere la vita, il nuovo potere si dà il compito di ‘gestire la vita’, attraverso due meccanismi, due tecniche e tattiche, principali; non alternative, ma integrate. Le *discipline*, ‘*anatomo – politica del corpo umano*’, formatesi per prime, si concentrano “sul corpo in quanto macchina: il suo *dressage*, il potenziamento delle sue attitudini, l’estorsione delle sue forze, la crescita parallela della sua utilità e della sua docilità, la sua integrazione a sistemi di controllo efficaci ed economici.” (Foucault, 1976: 123)

La *bio-politica della popolazione*, formatosi in un secondo momento, si concentra sul “corpo-specie, sul corpo attraversato dalla meccanica del vivente e che serve da supporto ai processi biologici: la proliferazione, la nascita e la mortalità, il livello di salute, la durata di vita.” (ibidem: 123)

Il potere investe, così, interamente la vita; solca e da forma ai corpi; e produce il magmatico sociale.

Il potere che si dà il compito di ‘gestire la vita’, si focalizza sul corpo e ‘guida’ gli uomini ha un precedente storico nella pastorale cristiana. “Il pastore non regna su un territorio, regna su una moltitudine di individui... una moltitudine in movimento.” (Foucault, 1978b: 175) Il potere tradizionale si fonda su un territorio (controllato) e sulla capacità di fare del male ai nemici (interni ed esterni). Il potere pastorale si focalizza sul gregge e sul singolo, e la sua funzione principale non è far del male ai nemici, ma del ‘bene’ a coloro su cui veglia⁵⁴. Si prende cura della comunità nel suo insieme, ma, simultaneamente, di ogni individuo particolare, per l’intera durata della sua esistenza.

Lo scopo ultimo del potere pastorale è assicurare la salvezza individuale. Salvezza che è obbligatoria e può essere ottenuta solo accettando l’autorità dell’altro. “Il potere del pastore consiste esattamente nel fatto che egli ha l’autorità per obbligare le persone a fare tutto quello che è necessario per salvarsi.” (ibidem: 176) Salvezza ed ubbidienza assoluta sono caratteristiche uniche e nuove di questo potere.

Il potere pastorale introduce, inoltre, una serie di tecniche e di procedure per la produzione della verità, senza la quale la salvezza non può essere ottenuta. “This form of power cannot be exercised without knowing the inside of people’s minds, without exploring their souls, without making them reveal their innermost secrets. It implies a knowledge of the conscience and an ability to direct it.” (Foucault, 1982: 333)

Il cristiano sarà obbligato ad una confessione esauriente e permanente. “Un discorso obbligatorio ed attento deve dunque seguire, in tutte le sue evoluzioni, la linea di congiunzione del corpo e dell’anima, far apparire, sotto la superficie dei peccati, la nervature ininterrotta della carne.” (Foucault, 1976: 22) La confessione è “l’espressione obbligatoria ed esaustiva di un segreto individuale.” (Ibidem: 57) È un rituale discorsivo che produce verità all’ interno di una relazione di potere, poiché avviene in presenza dell’altro; non un altro generico, ma che possiede il potere di imporre la confessione, giudicare la verità prodotta ed il soggetto che la produce, perdonare o punire.

Le procedure della confessione e il potere pastorale, a partire dal XIII secolo, si sono disseminati in molti campi sociali. “It was a new distribution, a new organization of this kind of individualizing power.” (Foucault, 1982: 334) “La confessione della verità si è iscritta nel seno delle procedure d’individuazione da parte del potere.” (Foucault, 1976: 54)

Il nuovo potere pastorale ha caratteristiche proprie. Mira ad assicurare la salvezza in questo mondo, non nel mondo ultraterreno. Ha scopi terreni, non religiosi. È esercitato in molti campi sociali e da molte istituzioni (istituzioni pubbliche, welfare, filantropia, famiglia, medicina, psichiatria etc.). La moltiplicazione degli agenti del potere pastorale, e degli obiettivi, porta allo sviluppo di una mole, senza precedenti, di conoscenze sull’uomo, focalizzate intorno a due assi: uno globale e quantitativo, relativo alla popolazione; e uno analitico, relativo all’individuo. L’obbligo alla produzione di una verità individuale attraverso la confessione si moltiplica e disperde, allo stesso tempo si moltiplicano e disperdono gli agenti del potere pastorale.

Il potere, per Foucault, deve essere analizzato a partire, proprio, da queste micro relazioni di potere, non da una concezione totalizzante ed unitaria che fa riferimento allo Stato (o ad una specifica categoria o classe sociale dominante). Il potere è situato

nelle relazioni diseguali. Non è un qualcosa di unitario, ma una rete capillare di relazioni che solca gli apparati di produzione, le famiglie, i gruppi, le istituzioni; segna il sociale, circola e fluisce in ogni relazione sociale, attraversa i corpi. Le relazioni di potere, immanenti e diffuse, sono costitutive dei rapporti sociali; si fondano su, e producono, divisioni, ineguaglianze, disequilibri.

“The relationship proper to power would be sought not on the side of violence or of struggle, nor on that of voluntary contracts (all of which can, at best, only be the instruments of power) but, rather, in the area of that singular mode of action, neither warlike nor juridical, which is government.” (1982: 341) Il potere è un’azione sulle azioni degli altri, opera sul campo di possibilità in cui le azioni individuali di soggetti ‘liberi’ possono prendere forma. L’esercizio del potere è “a way in which certain actions may structure the field of other possible actions.” (ibidem: 343) Riguarda il ‘government’⁵⁵ degli esseri umani da parte di altri esseri umani; “the way in which the conduct of individuals or groups might be directed” (ibidem: 341).

Il potere è in ogni luogo, ma ciò non comporta l’assenza di libertà. “Se le relazioni di potere attraversano tutto il campo sociale, è perché la libertà è dappertutto.” (Foucault, 1984: 245) Le relazioni di potere presuppongono sempre almeno un certo margine di libertà, una qualche possibilità di agire in modo differente, di sfuggire al potere. Senza libertà non c’è relazione di potere. Se i soggetti non hanno la possibilità di agire in maniera differente (sono costretti ad agire in un determinato modo), non può esistere relazione di potere; piuttosto costrizione fisica. “It would not be possible for power relations to exist without points of insubordination that by definition are means of escape.” (1982: 347)

Le relazioni di potere sono giochi strategici tra libertà “che fanno sì che gli uni cerchino di determinare la condotta degli altri e gli altri rispondano cercando di non lasciar determinare la propria condotta

o cercando di determinare, a loro volta, la condotta degli altri.” (1984: 252) Potere e libertà non sono mutualmente esclusivi, tra di essi si instaura un complesso gioco di incitamento, stimolo e produzione reciproca. “The power relation and freedom’s refusal to submit cannot be separated... Rather than speaking of an essential antagonism, it would be better to speak of an ‘agonism’ – of a relationship that is at the same time mutual incitement and struggle: less of a face-to-face confrontation that paralyzes both sides than a permanent provocation.” (1982: 342)

Le relazioni di potere sono agonistiche, strategiche, si fondano sui rapporti di forza mobili e mutevoli presenti in un campo sociale in un determinato momento. La “molteplicità dei rapporti di forza può essere codificata – in parte e mai completamente – o nella forma della ‘guerra’ o nella forma della ‘politica’... due strategie diverse (ma pronte a rovesciarsi l’una nell’altra) per integrare questi rapporti di forza squilibrati, eterogenei, instabili, tesi.” (1976: 83) Le relazioni di potere sono cristallizzazioni momentanee dei rapporti di forza esistenti; sempre pronti a mutare, a trasformarsi in aperto confronto. “Between a relation of power and a strategy of struggle there is a reciprocal appeal, a perpetual linking and a perpetual reversal. At every moment, the relationship of power may become a confrontation between two adversaries. Equally, the relationship between adversaries in society may, at every moment, give place to the putting into operation of mechanisms of power.” (1982: 347)

La solidificazione-cristallizzazione istituzionale di relazioni di potere profondamente asimmetriche, che limitano fortemente i margini di libertà, dà forma alle egemonie sociali, agli stati di dominio. Gli stati di dominio sono situazioni strategiche fortemente squilibrate che hanno assunto caratteri maggiormente stabili, tramite tecniche e strategie di ‘government’; ma sono, a loro volta, parte del perpetuo gioco che attraverso lotte e scontri incessanti trasforma, rafforza, inverte, le relazioni di potere.

L'evoluzione del rapporto tra potere, resistenza e corpo; è un esempio perfetto del perpetuo gioco strategico tra libertà differenti. "La padronanza, la coscienza del proprio corpo non si sono potute raggiungere che per effetto dell'investimento del corpo da parte del potere." (Foucault, 1975b: 138) La nuova coscienza porta, però, a nuove rivendicazioni. Il corpo si rivolta al potere, rivendica il proprio piacere. Il potere penetra nel corpo, ma si trova esposto ad esso. "Come risposta alla rivolta del corpo, troviamo un nuovo investimento che non si presenta più sotto la forma del controllo-repressione ma sotto la forma del controllo-stimolo: 'denudati ... ma sii magro, bello, abbronzato!' Ad ogni movimento dell'uno dei due avversari risponde il movimento dell'altro." (ibidem: 139) La lotta è indefinita, le relazioni di potere mutevoli ed instabili.

La resistenza, però, per Foucault, "viene per prima e resta superiore a tutte le forze del processo; sotto il suo effetto obbliga i rapporti di potere a cambiare." (1984: 259) Le grandi rotture radicali (rivoluzioni) sono possibili, ma più spesso si tratta di punti di resistenza mobili e transitori che rimescolano il sociale e i corpi. Suscitano raggruppamenti. Costringono il potere a mutare. Marcano gli "individui stessi, smembrandoli e rimodellandoli, tracciando in loro, nel loro corpo e nella loro anima, regioni irriducibili". (1976: 86)

Relazioni di potere e punti di resistenza formano reti sottili e diffuse che attraversano apparati, istituzioni, corpi. L'integrazione istituzionale dei rapporti di forza, la concatenazione delle relazioni di potere, dà forma allo stato. Nelle società contemporanee, lo stato "is not simply one of the forms of specific situations of the exercise of power – even if it is the most important – but that, in a certain way, all other forms of power relation must refer to it." (1982: 345) Le relazioni di potere non derivano dallo stato, ma sono poste sempre maggiormente sotto il suo controllo.⁵⁶

La codificazione strategica dei punti di resistenza, al contrario, "rende possibile una rivoluzione". (1976: 86)

Potere e libertà-resistenza instaurano un rapporto di permanente provocazione-incitazione che risulta, particolarmente, evidente nel campo sociale della sessualità umana. Il sesso è al centro degli scontri politici perché unifica i due assi su cui il potere si sviluppa e penetra nel sociale. “Il sesso è contemporaneamente accesso alla vita del corpo e alla vita della specie.” (1976: 129) L’anatomopolitica del corpo (discipline) e la bio-politica della popolazione convergono sulla sessualità.

Lo studio della sessualità permette di inseguire il potere mentre si insinua nel sociale, graffia i corpi, produce senza posa discorsi di verità. Permette di osservare “attraverso quali canali, insinuandosi in quali discorsi il potere arriva fino ai comportamenti più minuti e più individuali, quale vie gli permettono di raggiungere le forme più rare o appena percettibili del desiderio, come penetra e controlla il piacere quotidiano... con effetti che possono essere di rifiuto, di ostruzione, di squalificazione, ma anche di incitazione, d’intensificazione.” (ibidem: 16-17)

Il potere, per Foucault, è qualcosa di fluido, diffuso e in perpetuo movimento-mutamento. La repressione, quando presente, è solo uno dei dispositivi strategici del potere; a cui, si affiancano meccanismi positivi che producono sapere, moltiplicano i discorsi, inducono piacere, stimolano i corpi e generano potere. Il potere non ri-produce il sociale, lo trasforma e produce. Potere e piacere non sono antagonisti e opposti, piuttosto si eccitano vicendevolmente. La repressione è solo una delle ‘tecniche polimorfe del potere’ e non è la strategia centrale che il potere mette in campo nei confronti della sessualità.

Il potere non controlla e reprime il sesso. La sessualità non è qualcosa di preesistente che il potere investe e cerca di domare e il sapere tenta di svelare. Potere e sapere producono la sessualità.

“Le relazioni sessuali hanno dato luogo, in ogni società ad un *dispositivo di alleanza*” (1976: 94), attraverso cui, sono stabilite le regole matrimoniali, lo sviluppo dei rapporti di parentela e la

trasmissione dei beni e delle eredità. Il dispositivo di alleanza, le coercizioni che lo sorreggono e il sapere sotteso, ha perso parte della sua importanza nelle società occidentali contemporanee. Un nuovo dispositivo si sovrappone e contrappone a esso, senza eliminarlo: il *dispositivo di sessualità*. I due dispositivi funzionano in maniera quasi del tutto opposta. Il primo instaura un sistema di regole, definisce ciò che è permesso e ciò che è vietato; il secondo “funziona secondo tecniche mobili, polimorfe e congiunturali di potere.” (ibidem: 95). Il dispositivo di alleanza ri-produce le relazioni sociali e la legge che le governa; il dispositivo di sessualità produce una perenne estensione dei campi sociali e del potere che li sorveglia. L’uno si appunta sui legami tra partner, l’altro sulle sensazioni dei corpi e i piaceri sensuali. Entrambi sono legati all’economia, ma: il dispositivo di alleanza tramite il suo ruolo nella trasmissione delle ricchezze, quello di sessualità attraverso “punti di scambio numerosi e sottili... il principale dei quali è il corpo – corpo che produce e consuma.” (ibidem: 95)

Il dispositivo di sessualità, e le tecniche polimorfe di potere che lo contraddistinguono, danno forma, in un campo specifico, ad una più generale trasformazione del potere che da ‘omeostasi del corpo sociale’, riproduzione dell’esistente (principalmente attraverso il diritto); diviene ristrutturazione, riorganizzazione, mutazione, potenziamento, perfezionamento, ottimizzazione, esaltazione, sviluppo del corpo sociale e del potere.

Foucault individua quattro caratteristiche centrali del dispositivo di sessualità, che connettono e legano piacere e potere “secondo meccanismi complessi di eccitazione e d’incitazione” (ibidem: 48); ed attraverso cui viene prodotto sapere. Un sapere che è sempre più centrale nelle società contemporanee. La confessione della carne instaura un gioco sottile tra sapere e piacere, una petizione di sapere. La sessualità e il desiderio si trasformano in una chiave universale, in ciò che va svelato e liberato per scoprirsi. Il sesso si trasforma nella verità dell’essere umano.

Il dispositivo di sessualità, lungi dal sopprimere la devianza sessuale, dispone intorno ad essa delle *linee di penetrazione* indefinita. Il vizio più che un nemico è un supporto. Lo si può designare come il male da sopprimere; ma l'accanimento estremo nel vano tentativo fa sospettare "che si chieda di persistere, di proliferare ai limiti del visibile e dell'invisibile, piuttosto che di svanire per sempre. Lungo tutta questa linea il potere avanza, moltiplica le sue connessioni ed i suoi effetti, mentre il suo bersaglio si estende, si suddivide e si ramifica, penetrando nel reale di pari passo." (Ibidem: 42)

La caccia alle sessualità periferiche, devianti, conduce all'*incorporazione delle perversioni* e ad una *specificazione nuova degli individui*. La perversione si trasforma nel marchio totalizzante dell'individuo, lo definisce pienamente e completamente, penetra nel corpo, e nell'anima, e gli dà forma. L'individuo perverso è totalmente definito dalla sua perversione, dal suo sesso; è una nuova specie, una specie differente. Il potere fissa, rende visibile e permanente quest'universo disparato, piuttosto che sopprimerlo. "Lo fa entrare nei corpi, insinuarsi dietro i comportamenti, ne fa un principio di classificazione ed intelligibilità, lo costituisce come ragione d'essere e principio naturale del disordine." (ibidem: 43)

Il potere, disseminandole, diffonde nel reale ed incorpora nell'individuo le sessualità aberranti; simultaneamente, organizza e produce *dispositivi di saturazione sessuale*. Spazi, riti e campi sociali dove il gioco di piacere e potere è particolarmente intenso; e che difficilmente possono essere riportati alla sola relazione matrimoniale monogamica (es. famiglia, scuola, ospedali psichiatrici). Le società contemporanee sembrano voler ridurre la sessualità alla coppia, ma organizzano e fanno proliferare "gruppi a più elementi ed a sessualità circolante: una distribuzione di punti di potere, gerarchizzati o in un urto tra loro; piaceri ricercati – cioè ad un tempo desiderati e perseguitati; sessualità parcellari tollerate o incoraggiate; prossimità che si offrono come procedimenti di

sorveglianza, e che funzionano come meccanismi d'intensificazione; contatti induttori." (ibidem: 45)

Il potere istalla e solidifica nel corpo individuale e sociale sessualità periferiche. Più che attraverso i divieti, si esercita attraverso lo stimolo, l'esame, l'osservazione insistente, lo scambio incessante di discorsi. "Si fa un dovere di sfiorare i corpi; li accarezza con gli occhi; ne intensifica regioni; elettrizza superfici; drammatizza momenti di turbamento." (ibidem: 44) Tra potere e piacere si creano circuiti di intensificazione reciproca. Il campo sociale controllato viene amplificato, i piaceri sono incitati dall'esercizio del potere che gli dà la caccia ed il potere viene sensualizzato. "Un impulso viene dato al potere dal suo stesso esercizio; un'emozione ricompensa il controllo che sorveglia e lo porta più avanti; l'intensità della confessione rilancia la curiosità delle domande." (ibidem: 44) Il piacere, simultaneamente, viene animato e rinvigorito dallo sguardo che lo scruta ed insegue fin nei meandri più reconditi della carne; la confessione fissa ed incita i piaceri. "Il piacere si trasmette al potere che lo insegue; il potere fissa il piacere che ha appena stanato." (ibidem: 44)

Spirali perpetue di potere e di piacere avviluppano ed elettrificano i corpi. Il dispositivo di sessualità funziona attraverso meccanismi a doppio impulso: piacere e potere. "Piacere di esercitare un potere che interroga, sorveglia, fa la posta, spia, fruga, palpa, porta alla luce; e dall'altro lato, piacere che si accende per dover sfuggire a questo potere, sottrarvisi, ingannarlo o travisarlo. Potere che si lascia invadere dal piacere cui dà la caccia; e di fronte ad esso, potere che si afferma nel piacere di mostrarsi, di scandalizzare o di resistere. Captazione e seduzione; scontro e rafforzamento reciproco." (ibidem: 44)

Sapere – potere – piacere – trasgressione - resistenza formano spirali senza fine; si inseguono, si incitano e stimolano, si producono reciprocamente.

¹ Kertzer analizza l'utilizzo di simboli e rituali a fini politici e di potere all'interno di un gran numero di società sia del passato che del presente.

² Geoff Mulgan individua tre fonti di potere per gli stati: la violenza, il denaro e la fiducia. Per fiducia intende la capacità di plasmare le menti necessaria a tenere insieme gli stati-nazione moderni. (Mulgan, 2007).

³ "La legittimazione è appunto questo processo di spiegazione e giustificazione." (Berger & Luckman, 1969: 133)

⁴ Viene utilizzato il termine senza tradurlo perché in Italiano con cultura popolare di solito si intende il folclore tradizionale, ovvero, ciò che in Inglese di solito viene definito Folk Culture. Per Popular Culture, nel contesto di questo lavoro, si deve intendere la cultura che le persone quotidianamente creano in rapporto con i media. Vedi di seguito e Fiske (1989).

⁵ La cultura popolare "non coincide in senso stretto né con le tradizioni popolari di resistenza a questi processi né con le forme che le sono state sovrapposte. Coincide, piuttosto, con il terreno sul quale vengono operate queste trasformazioni" (S. Hall, 1981: 72).

⁶ "Provate a fare quel che vi piace del vostro corpo nel modo che più vi aggrada, cercando di liberarvi di tutti i diktat che vi vengono imposti, sia dalla pubblicità che dalla moda, dai giornali, dal cinema, dai film." Io dico "fate il contrario di ciò che vi viene imposto", il mio è un invito a "deformattarsi".

Orlan (1999) "MediaMente Intervista", (Retrieved February 13, 2015, from

<http://www.mediamente.rai.it/biblioteca/biblio.asp?id=257&tab=int>).

⁷ Ad es. una nuova religione o un nuovo movimento politico.

⁸ Parsons, T. (1960) *The distribution of power in American society. In Structure and Process in Modern Societies*. New York: Free Press.

⁹ La complessità riguarda l'eccesso di possibilità presenti nel mondo. Il mondo "offre all'uomo una quantità enorme di possibilità di esperienza e di azione, alla quale egli contrappone soltanto una capacità assai limitata di percepire attualmente e consapevolmente, di elaborare informazioni e di agire" (Luhmann, 1977: 40).

¹⁰ "Attraverso la «comunicazione» potestativa la decisione (o il comportamento) del soggetto decisore viene trasferita entro la situazione sociale di un altro soggetto, in modo tale che quest'ultimo, nel prendere

ulteriori decisioni (o nell'assumere comportamenti) deve tenere conto della decisione precedente come di un presupposto necessario della propria azione. Fra la prima e la seconda prestazione selettiva non intercorre tuttavia alcun nesso causale, come se l'azione del primo decisore avesse il potere di «produrre» la seconda decisione. In realtà, il secondo soggetto resta libero di non uniformarsi alla decisione precedente. Questa libertà, per quanto condizionata, costituisce la sua quota di potere, poiché l'attitudine del subordinato a uniformarsi o meno alle decisioni del superiore opera come un presupposto (o come un oggetto di aspettativa) di cui quest'ultimo soggetto non può non tener conto." (Zolo, 2009: XV–XVI)

¹¹ "Coloro che sono coinvolti nel processo di comunicazione sono infatti sottoposti collettivamente a condizioni e limitazioni della selettività in base alla loro esistenza fisico-organica, cioè in base a condizioni di compatibilità con gli altri livelli in cui si formano dei sistemi. Poiché tali condizioni sono comuni a tutti i soggetti coinvolti, è lecito parlare di condizioni simbiotiche, designando i meccanismi che regolano il rapporto tra il livello simbolico e quello simbiotico con il termine di meccanismi simbiotici... Vi sono da un lato determinate basi simbiotiche che accomunano tutti i mezzi di comunicazione, quali le condizioni e le limitazioni legate alla capacità organica di assimilazione di informazioni; dall'altro lato vi sono dei meccanismi particolari, specifici di una determinata configurazione, i quali assumono di volta in volta un significato particolare soltanto per singoli mezzi di comunicazione... Nella sfera della verità, la percezione acquista un significato specifico; altrettanto vale nella sfera dell'amore per la sessualità. Il codice monetario, dal canto suo, deve riuscire a «pagare» in termini di soddisfacimento dei bisogni, mentre il potere è caratterizzato da un rapporto specifico con la forza fisica." (Luhmann, 1979: 71)

¹² "Non si possono avere né legittimità né forza senza la mediazione di processi simbolici. Questi due concetti non definiscono né un semplice contrasto, né i due poli contrapposti di una dimensione unitaria, in modo che si possa affermare: tanta più forza, tanta minore legittimità e viceversa. Vi sono, al contrario, interdipendenze simboliche, nel senso che non si può procedere a regolazioni dei rapporti con il livello simbiotico, cioè con l'ambito organico della convivenza, senza tenere conto di altre esigenze poste nei confronti del mezzo di comunicazione. È necessaria

l'interazione fra ambedue gli elementi allo scopo di trasformare contingenze in processi e le condizioni di questa interazione variano nel corso dell'evoluzione. Esse dipendono principalmente dal grado di differenziazione di un meccanismo di potere specificamente politico e dalla misura in cui questo meccanismo è universalmente accessibile da parte dell'insieme della società." (Luhmann, 1979: 80)

¹³ "Esistono per esempio delle barriere piuttosto efficaci che impediscono che la verità e l'amore o il potere possano essere direttamente acquistati con il denaro" (Luhmann, 1979: 107)

¹⁴ Lo strumento più importante di generalizzazione, per Luhmann, è il linguaggio.

¹⁵ Il fare ed il far fare rappresentano due aspetti connessi del potere. Vedi di seguito.

¹⁶ Struttura: "regole e risorse implicate ricorsivamente nella riproduzione dei sistemi sociali. La struttura esiste solo come traccia mnemonica (la base organica della conoscenza-competenza umana) ed in quanto esemplificata nell'azione." (Giddens, 1986: 363)

¹⁷ Vedi Giddens (1986: 252).

¹⁸ Il mutamento sociale, per Giddens, deve essere analizzato alla luce di condizioni complesse e legate, anche, all'intersezione di totalità sociali. Vedi (1986: Cap. 5)

¹⁹ Vedi Giddens (1985: Cap. 6). Willis, P. (1977) *Learning to Labour*. Farnborough: Saxon House.

²⁰ Ad es. Le proposte ambientaliste di riorganizzare la società in base al tempo specie o pianeta (longue durée) e il risorgere del 'localismo' spaziale.

²¹ "The entry barrier in the internet industry are much lower than in the traditional communication industry. A few technological savvy youngster with few ideas and a small amount of money can create companies that would challenge the restriction of free communication imposed by oligopolistic business." (Castells, 2013: 6)

²² Castells cita ad es. il caso di AOL e del fallimento dei primi siti di social network (2013).

²³ es. modo di produzione.

²⁴ es. egemonia.

²⁵ Per una disamina storica dettagliata del rapporto tra Cultural Studies e marxismo vedi Sparks (1996).

²⁶ Mi riferisco principalmente alla corrente del marxismo solitamente definita ortodossa; non in quanto maggiormente aderente alle concezioni di Marx, ma in quanto reclama una presunta maggiore fedeltà all'ortodossia marxista.

²⁷ Non esiste una definizione semplice, o largamente accettata, del concetto di Cultura. Il tema è stato ampiamente discusso e ne vengono adottate concezioni molto differenti. Si rimanda per l'evoluzione del concetto all'interno dei Cultural Studies a Hall (1980a, 1980e) e per l'evoluzione del concetto all'interno della disciplina antropologica a Geertz (1973), Clifford & Marcus (1997), Clifford (2000) e (R. Rosaldo, 1989).

²⁸ Vedi Hall (1958).

²⁹ Vedi Hall (2007).

³⁰ Gramsci fa risalire al 1870 le specifiche condizioni storiche che generano i processi egemonici.

³¹ 14 luglio 1789, convenzionalmente da inizio alla Rivoluzione francese.

³² Vedi di seguito.

³³ In particolare, Hall polemizza con le evoluzioni teoriche di Laclau. E con la sua rinuncia a teorizzare se non nei termini di totale contingenza e indeterminazione.

³⁴ Elaborazione teorica condizionata, inoltre, dalle teorie di Foucault.

³⁵ Vedi anche Hall (1988, 1989c, 1995, 1996, 1997b, 1997c, 1997d).

³⁶ La cultura, per Hall, 'regola' la nostra condotta sociale in tre modi. La prima forma di regolamentazione è quella normativa. "How these things are normally and properly done in our culture" (S. Hall, 1997a: 234). La seconda riguarda i sistemi di classificazione propri di ogni cultura; che definiscono i limiti tra "sameness and difference, between what is sacred and profane, what is acceptable and unacceptable about our behaviour." (ibidem: 234) La terza forma di regolazione della condotta attraverso la cultura riguarda il produrre "or 'making up' new subjects – that is to say, regulating what sort of 'subjects' we are." (ibidem: 235).

³⁷ Tale interpretazione non trova, però, una chiara e compiuta formulazione nei suoi scritti.

³⁸ Non intendo dire che le dinamiche del piacere siano del tutto nuove, semplicemente hanno assunto centralità e visibilità maggiore, anche a causa del passaggio dal fordismo tradizionale al neo-capitalismo.

³⁹ Vedi, ad es., l'incorporazione dei temi liberisti da parte del New Labour.

⁴⁰ 'Parent' non si riferisce al rapporto giovani-genitori, ma alla derivazione della subcultura dalla più vasta cultura di classe.

⁴¹ "The problematic of a subordinate class experience can be 'lived thought' negotiated or resisted; but it cannot be *resolved* at that level or by those means. There is no 'sub-cultural career' for the working-class lad, no 'solution in the sub-cultural milieu, for problems posed by the key structuring experience of the class" (S. Hall et al., 1976: 47).

⁴² Vedi Clark (1976).

⁴³ L'accusa è di aver piegato l'oggetto di studio ai propri scopi politici e teorici; e di aver in questo modo creato una rappresentazione 'falsa' del fenomeno. Tutte le teorie scientifiche piegano, però, ai propri scopi gli oggetti a cui vengono applicate e nessuna è in grado di offrire una rappresentazione o spiegazione 'vera' di essi. "Mettere insieme i dati è quello che io intendo per spiegazione" (Bateson, 1989: 72). Il punto è quindi se i Cultural Studies hanno esasperato la distorsione dell'oggetto di studio, perdendo di vista del tutto i fenomeni 'reali'. Tale accusa non regge, però, se si analizza storicamente la conoscenza prodotta all'interno dei Cultural Studies e la si confronta con gli altri approcci presenti nel periodo. Inoltre, i punti critici sono stati in seguito ampiamente riconosciuti e discussi dagli stessi autori.

⁴⁴ Ad es. G. Clarke (1981), Cohen (1980) e lo stesso Hebdige (2002).

⁴⁵ Interessante notare che lo slogan è di sovente usato in relazione al 'web 2.0'.

⁴⁶ Sid Vicious membro di una nota band punk degli anni 70, i Sex Pistols, e Nancy Spungen, sua compagna, sono stati al centro di una telenovela infinita. La loro storia ancora oggi è avvolta dall'alone del mito e del mistero; e viene utilizzata a fini morali. Basta considerare le descrizioni dei paragrafi iniziali delle rispettive pagine dell'enciclopedia collaborativa Wikipedia e in particolare le modalità in cui vengono descritte la relazione tra i due, la giovane ragazza e la relazione del cantante con la madre (corsivo mio).

“Sid Vicious... was an English bass guitarist, drummer and vocalist, most famous as a member of the influential punk group the Sex Pistols, and *notorious for his arrest for the murder of girlfriend Nancy Spungen...* During the brief and chaotic ascendancy of the Sex Pistols, Vicious met eventual girlfriend and manager Nancy Spungen. *Spungen and Vicious entered a destructive codependent relationship based on drug use.* This culminated in Spungen's death from an apparent stab wound while staying in New York City's Hotel Chelsea with Vicious... *Vicious' mother had been supplying him with drugs and paraphernalia since he was young, and assisted him in procuring heroin late that night. Vicious died in his sleep, having overdosed on the heroin his mother had procured.*” Sid Vicious. Wikipedia. (Retrieved 05/12/2014 from https://en.wikipedia.org/wiki/Sid_Vicious).

⁴⁷ “Nancy Laura Spungen... was the girlfriend of Sex Pistols bassist Sid Vicious and a figure of the 1970s punk rock scene. Spungen's life, and her death, have been the subject of controversy among music historians and fans of the Sex Pistols. Raised in Philadelphia, *Spungen was an emotionally disturbed child* who was diagnosed with schizophrenia at the age of 15. *After being expelled from college, she went to London at the height of the punk rock craze and became involved with Sid Vicious. Their relationship was punctuated by bouts of domestic violence and drug abuse. The press soon labelled Spungen "Nauseating Nancy" for her shocking behavior.* After the Sex Pistols disbanded, the couple moved to New York City and checked into the Hotel Chelsea where they spent their days consuming drugs. In October 1978, Spungen was found dead in the bathroom of the couple's room, of a single stab wound to the abdomen. *Sid Vicious was charged with her murder but died of a heroin overdose while on bail in February 1979, before the case went to trial.*” Nancy Laura Spungen. Wikipedia. (Retrieved 05/12/2014 from https://en.wikipedia.org/wiki/Nancy_Spungen).

⁴⁸ Vedi (Butler, Laclau, & Žižek, 2000).

⁴⁹ L'autore fa l'esempio dei testi 'radicali'.

⁵⁰ Bataille cerca per tutta la vita di demistificare e valorizzare l'emozione positiva.

⁵¹ Turner usa il concetto di zona liminoide, per definire un transito trasformativo, simile a quello che avviene nella zona liminale dei riti di

passaggio, attraversata la quale non si è più gli stessi (es. da ragazzi si diventa adulti); ma rapportata agli scenari odierni.

⁵² Si pensi al Rap nato come voce arrabbiata dei ghetti affamati, finito per trasformarsi nel migliore alleato dell'industria del Kitsch di lusso.

⁵³ Hall si è posto in diversi articoli una domanda: "what are the political forms through which a new cultural order could be constructed, out of this' multiplicity of dispersed wills, these heterogeneous aims'? Given that that is what people are really like... can we find forms of organisation, forms of identity, forms of allegiance, social conceptions, which can both connect with popular life and, in the same moment, transform and renovate it?" (S. Hall, 1987: 4).

⁵⁴ Foucault nota, ad es., che: "Pastoral power is not merely a form of power that commands; it must also be prepared to sacrifice itself for the life and the salvation of the flock. Therefore, it is different from royal power, which demands a sacrifice from its subjects to save the throne." (Foucault, 1982: 333)

⁵⁵ È da intendersi in senso ampio 'government' dei figli, delle comunità, delle famiglie, delle malattie, delle anime...

⁵⁶ Lo stato è un metapotere, si appoggia alle micro-relazioni di potere che restano 'indipendenti' da esso. Foucault richiama l'esempio dell'Unione Sovietica. La completa trasformazione dello stato non ha portato ad un'eguale trasformazione dei rapporti di potere, che in molti campi sociali sono rimasti identici.



Partecipazione

“Il valore dei frammenti di pensiero è tanto più decisivo quanto meno essi sanno commisurarsi immediatamente con la concezione di fondo”
(Benjamin, 1971: 9).

Le reti globali interattive, e la crescente pervasività-diffusione dei media, alterano le modalità dell’esperire e gli spazi del vivere. Le molteplici mutazioni delle ‘industrie culturali’, le trasformazioni sociali e culturali confondo, fondono ed ibridano digitale e ‘reale’. La mass self-communication e le reti digitali e mobili abilitano e favoriscono l’emersione di ‘nuove’ tendenze socio-politiche e di nuove forme narrative-culturali; stimolano la partecipazione culturale e politica. Le emergenti forme di narrazione e partecipazione devono, però, essere analizzate tenendo presenti i rapporti di potere preesistenti e i limiti della partecipazione stessa; a cui vanno aggiunti quelli imposti dalle caratteristiche proprie: delle nuove forme di interazione abilitate dai media digitali, e dell’ambiente socio-culturale in cui si innestano.

I digital media abilitano nuove forme di partecipazione e di comunicazione; le cui conseguenze non sono, però, determinate apriori. La ‘rivoluzione’ digitale è un processo tecnologico e sociale, riguarda cambiamenti in entrambe le sfere che si co-producono e influenzano vicendevolmente. La tecnologia non nasce nel vuoto sociale, è il risultato di investimenti di lungo periodo in risposta a domande e problemi che la società si pone, e non produce il sociale in maniera diretta ed immediata, il sociale retroagisce su di essa e l’‘addomestica’. Tecnologia, società e cultura sono legate da rapporti di co-determinazione reciproca e co-evoluzione. I media digitali interattivi possono, così, favorire, al contempo e contraddittoriamente, l’emersione di forme culturali maggiormente aperte e dialogiche o un maggiore controllo sociale; tendenze populiste e narcisiste o una maggiore partecipazione attiva, consapevole e diretta dei cittadini alla vita culturale e politica. Mutamento sociale o riproduzione sociale; conflitto o stabilità¹.

Le reti di comunicazione globale e i flussi culturali socialmente determinati, le relazioni di potere e i processi di appropriazione, produzione e partecipazione; strutturano il contesto emergente di vita e co-determinano le possibilità variabili di accesso al senso e al potere.

Media e Partecipazione

Cap. 3

"Il testo è il tuono che poi continua a lungo a risuonare." (Benjamin, 2000: 511)

Goths, Neo-Nazi, Japonegro, Skin, Trekkie, Anarco-capitalista, Yamamba, Comunista, Emo, Liberale, Cosplayers, Anarchico, Surfers, Conservatore, X-Philes, Neo-Global, Punk, Vegano, Otaku, Ateo sono termini in apparenza del tutto incompatibili che incarnano realtà completamente differenti. Esprimono, al contrario, tutti uno stesso processo di fondo; l'appropriazione creativa dei flussi culturali globali. Il tentativo, a partire da materiali grezzi offerti dai media, di dare senso a se stessi e al mondo, attraverso performance culturali. E, insieme, evocano culture del gusto in cui vivere le proprie passioni; interstizi sociali dove costruire un senso altro di se stessi e della propria posizione nel mondo; spazi di affinità² globali dove costruire relazioni e condividere esperienze; comunità di pratica in cui elaborare il proprio vivere nel mondo e la propria visione di esso; reti culturali in cui (ri)trovare un senso di appartenenza e identità stabile, solidificato, cristallizzato; luoghi di emersione di identità insurrezionali, di condensazione di dissenso e di esercizio dell'immaginazione utopica; scene³ culturali da attraversare e in cui immergersi alla ricerca di piacere, potere e senso. 'Mondi immaginati'⁴ che graffiano, pervadono e ibridano



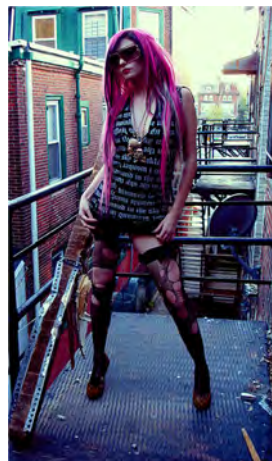
l'ambiente quotidiano degli stralunati abitanti del tardo-capitalismo globalizzato.

L'economia culturale globale, lungi dall'essere un semplice processo lineare che da un centro ideale si propaga all'intero globo, è un processo complesso, ibrido, caotico e non lineare; che penetra, pervade e crea un ambiente socio-culturale multiforme, saturo e stratificato. La complessità di tale economia culturale ha a che fare, per Appadurai, con le relazioni disgiuntive, non isomorfe, tra cinque dimensioni dei flussi culturali globali: *ethnoscapes*, *mediascapes*, *technoscapes*, *finanzescapes*, and *ideoscapes*. "Il suffisso -scape permette di indicare la forma fluida ed irregolare di questi panorami... indica anche che non si tratta di relazioni oggettivamente date che sembrano le stesse da qualunque visuale, ma sono invece costrutti profondamente prospettici, declinati dalle contingenze storiche, linguistiche e politiche dei diversi tipi di attori."⁵ (Appadurai, 1996: 33).

Mediascapes si riferisce sia alle capacità tecnologiche di produrre e disseminare informazioni; sia alle immagini del mondo create da questi media. I mediascapes "forniscono vasti e complicati repertori di immagini ... aiutano a costruire narrazioni dell'altro e narrazioni germinali di vite possibili, fantasie che potrebbero diventare premesse al desiderio di acquisizione e movimento". Gli ideoscapes sono, a loro volta, "concatenazioni di immagini, ma sono spesso direttamente politici e hanno di frequente a che fare con le ideologie" (Ibidem: 35-37). L'appropriazione localizzata e contestualizzata di questi flussi culturali, da parte degli attori sociali, crea e ri-genera differenze; attraverso l'immaginazione. "L'immaginazione è diventata un campo organizzato di pratiche sociali, una forma di attività... e una forma di *negoziatura tra spazi di azione (individui) e campi globalmente definiti di possibilità.*" (ibidem: 31)

I media svolgono, in questo contesto, un ruolo fondamentale. Non solo, sono depositi infiniti di immagini e materiali culturali grezzi; ma, contemporaneamente, ambiente in cui l'immaginazione prende forma; stimolo, premessa e strumento di esaltazione e disseminazione di questa pratica sociale. L'alto grado di penetrazione e saturazione dei media, il loro essere una dimensione essenziale e costitutiva dell'esperienza quotidiana, crea un ambiente socio-culturale stratificato in cui "realtà", "finzione", "immaginario", "fantastico" si confondono e fondono. "An important fact of the world we live in today is that many persons on the globe live in such imagined worlds (and not just in imagined communities⁶)" (ibidem: 33).

L'immaginazione è parte integrante dei processi socio-culturali contemporanei. Il sogno ad occhi aperti "è la facoltà distintiva della modernità, l'abilità di creare un'illusione che si riconosce come falsa ma è percepita come vera. L'individuo è al tempo stesso attore ed audience nel suo dramma." (Campbell, 1987: 78) Le persone fantasticando "sono in grado di immaginarsi mentre mettono in scena performance di fronte ad altre persone e di immaginare, inoltre, le reazioni che gli altri avranno" (Abercrombie & Longhurst, 1998a: 119). L'immaginazione è un elemento necessario della messa in scena di performance culturali. E Spectacle/Performance sono, proprio, i due elementi concettuali che, per Abercrombie e Longhurst, permettono di dar senso alla complessità dei flussi culturali "post-moderni"⁷. "La vita



contemporanea è una questione di spettacolo e lo scopo della vita moderna è quello di vedere e di essere visti” (ibidem: 106). Le persone, gli oggetti, il paesaggio si trasformano in eventi, o performance, per lo sguardo nomade del viandante metropolitano. La mercificazione, l’estetizzazione della vita quotidiana, l’onnipresenza dei media trasformano ogni cosa in uno spettacolo; in una messa in scena fatta per attrarre lo sguardo.

Lo spettacolo, per Debord, “è il momento in cui la merce è pervenuta all’*occupazione totale* della vita sociale. Non solo il rapporto con la merce è visibile, ma non si vede più che quello: il mondo che si vede è il suo mondo. Lo spettacolo è il capitale ad un tale grado di accumulazione da divenire immagine” (Debord, 1967: v. 42–17). Le merci si animano di vita propria ed esigono - invocano - seducono lo sguardo⁸; mettono in scena performance. Il capitalismo, nella sua prima fase, aveva provocato, per l’autore, una “degradazione dell’essere nell’avere”. L’avvento del tardo-capitalismo porta ad un’ulteriore slittamento dell’avere nell’apparire⁹. “Lo spettacolo non è un insieme di immagini, ma un rapporto sociale tra le persone, mediato dalle immagini.” (ibidem: v.4)



L’estetizzazione della vita quotidiana è un altro processo caratteristico del vivere odierno; insieme connesso alla mercificazione di ogni aspetto della vita sociale e all’espandersi dei flussi visuali. “Il rapido flusso di segni e immagini che satura il tessuto della vita quotidiana... conduce... ad un’estetizzazione della realtà”; le persone sono portate “aldilà di un senso stabile”; in una confusione e fusione di immagini e realtà¹⁰ (Featherstone, 1991: 39–102). La vita quotidiana diventa una questione di stile; “un gioco di segni¹¹... una stilizzazione attiva della vita in cui coerenza e unità cedono il passo alle piacevoli esplorazioni di esperienze transitorie e di effetti estetici di superficie” (ibidem: 135). L’estetizzazione della vita

quotidiana, in un processo circolare, rafforza le tendenze in atto; la vita stessa si fa spettacolo, immagine, rappresentazione che invita lo sguardo.

I media, sempre più pervasivi, contribuiscono, anch'essi, alla diffusione dello sguardo spettacolare e alla proliferazione di immagini. Sono una "dimensione essenziale dell'esperienza contemporanea" (Silverstone, 2002: 18). "Non forniscono tanto le risorse per fuggire dal mondo terreno, quanto piuttosto alcuni dei materiali per abitarlo." (Abercrombie & Longhurst, 1998a: 121) La cultura, per Geertz (1973), è un contesto in cui gli individui agiscono; ed attraverso cui comprendono - creano se stessi e il mondo che li circonda. L'essere umano è "un animale impigliato nelle reti di significati che egli stesso a tessuto" (ibidem: 11) ed "i media sono i filatoi del mondo moderno" (J. B. Thompson, 1998: 22); "contribuiscono alla nostra capacità variabile di *dar senso al mondo*, di costruire e condividere i suoi significati" (Silverstone, 2002: 19).

Le persone, costantemente immerse nei flussi mediali e sociali che segnano e solcano l'ambiente quotidiano, sono continuamente coinvolte in performance culturali. Cadono le nette distinzioni tra momenti di fruizione culturale e non, tra performer e audience. Audience diffusa è il concetto, utilizzato da Abercrombie e Longhurst, per sintetizzare questa condizione in cui ogni individuo è perennemente immerso in performance spettacolari, perennemente parte di un pubblico. E, insieme, perennemente performer a sua volta. "People see others as performer and come to see themselves as performers. Everyone acts as if they are performers for an audience yet they are also an audience for others." (Abercrombie & Longhurst, 1998b: 93)

Le performance culturali, il lavoro dell'immaginazione, il gioco dei segni, i processi di appropriazione non sono, però, completamente 'liberi'; avulsi dalle dinamiche fluide di potere del tardo-capitalismo globale, ne sono una parte costitutiva. I flussi culturali sono un campo variabile di lotta e negoziazione; dove potere, piacere,

resistenza, trasgressione, e incorporazione si scontrano, configgono, si rimescolano, proliferano e si ‘eccitano’¹² vicendevolmente. La cultura è lo spazio magmatico in cui “codici e rappresentazioni in profondo conflitto tra loro” (Clifford, 1997: 26) trovano una qualche composizione.

L’appropriazione creativa dei materiali grezzi offerti dai media avviene all’interno dei confini variabili aperti dal lavoro dell’immaginazione nelle trame della ‘testualità’ grezza. “L’opera dell’immaginazione... non è né completamente libera né completamente sotto controllo, ma è invece uno spazio di contesa.” (Appadurai, 1996: 18)

Il sign play in cui tutti siamo immersi, “la costante rielaborazione dei desideri mediante le immagini”, il “disordine culturale”, le maggiori opportunità di esperire non rappresentano l’eclissi dei controlli. I flussi costanti di immagini che saturano e avvolgono i contesti quotidiani “potrebbero provocare il piacere, il carnevalesco ed il disordine; ma il de-controllo emozionale così incoraggiato deve darsi all’interno di una griglia di autocontrollo” ed intelligibilità (Featherstone, 1991: 47). Quello che avviene è un *de-controllo controllato delle emozioni*. Siamo di fronte ad una modalità diversa di funzionamento del potere, non ad una sua assenza. Il potere produce – stimola - ammette un parziale de-controllo emozionale, l’emergere di forme labili di disordine culturale e un’esperienza dei piaceri più intensa solo per penetrare ancor più nelle maglie sociali, per infiltrarsi nell’interiorità stessa degli individui. Il parziale de-controllo apre, però, spazi culturali inusitati per la trasgressione delle norme in parte funzionali ai meccanismi del potere, ma insieme portatori di nuove possibilità. “L’ordine culturale include sia la regola, sia la trasgressione” (Clifford, 2000: 153), ma una prima licenza limitata, e funzionale al mantenimento dell’ordine, può in qualche caso scatenare trasformazioni e conflitti più vasti.

Performance, potere e conflitto sono, altrettanto, connessi. Performance è un concetto ambiguo, molto spesso usato senza un’adeguata consapevolezza e in maniera superficiale. Quest’uso

disinvolto sottintende, genericamente, una capacità trasformativa dell'individuo nei confronti della cultura e delle norme sociali. Il concetto di performance al contrario cerca di tenere insieme le costrizioni poste al soggetto individuale dall'ordine culturale e le sue limitate possibilità di scelta nella costruzione di un'identità socio-culturale soggettivamente efficace e soddisfacente; e socialmente riconosciuta e riconoscibile. È un'utile chiave teorica per svelare e districare le invisibili trame che avvolgono insieme potere e piacere, riproduzione e cambiamento culturale, norma strutturale ed 'agency' individuale. Cerca di tenere insieme, e spiegare, sia la riproduzione sociale e culturale, sia l'innovazione e il cambiamento; senza privilegiare eccessivamente nessuno dei due termini. Due concezioni parzialmente differenti della performatività sono emerse nel corso del tempo. Differiscono nell'enfasi posta maggiormente su uno dei due termini dell'"equazione" culturale. Da una parte una concezione che privilegia maggiormente le costrizioni poste al soggetto individuale dall'ordine culturale egemonico; dall'altra una che sottolinea maggiormente gli aspetti 'riflessivi'¹³ e 'critici' dell'attività performativa, e il suo potenziale di cambiamento.



La prima concezione è stata sviluppata, prevalentemente, all'interno dei Gender Studies ed in particolare da Judith Butler. Paradossalmente, per l'autrice, se esistono forme di agency queste sono da ricercare nelle possibilità aperte nel e dal processo di appropriazione forzata della legge, dalla sua materializzazione, dall'identificazione che questa domanda. "The forming, crafting, bearing, circulation, signification of that sexed body will not be a set of actions performed in compliance with the law; on the contrary, they will be a set of actions mobilized by the law ... Performativity is thus not a singular "act," for it is always a

reiteration of a norm or set of norms, and to the extent that it acquires an act-like status in the present, it conceals or dissimulates the conventions of which it is a repetition.” (Butler, 1993: 12) La stessa necessità di questa ripetizione forzata segnala, però, che la materializzazione della legge non è mai completa e che i corpi non si conformano mai pienamente ad essa. Si aprono spazi “in which the force of the regulatory law can be turned against itself to spawn rearticulations that call into question the hegemonic force of that very regulatory law.” (ibidem: 2) Questi margini di azione non devono essere, per l’autrice, confusi con scelte volontarie di un soggetto libero; sono parte dei regimi di sapere/potere e a essi funzionali. Le momentanee trasgressioni rinnovano e rivitalizzano la “normalità” egemonica; ed essa ne detta le condizioni di possibilità. La performatività, nelle parole di McRobbie che sintetizza il pensiero della collega, è “una serie di pratiche che segnano i corpi, in accordo ad una griglia di intelligibilità, in modo tale che il corpo stesso diventi una fiction familiare” (2005: 102).

Turner, al contrario, ritiene che le performance culturali siano un’attività attraverso cui i gruppi socio-culturali, o i membri più attivi di questi, esercitano *riflessività* sociale. “Le performance sociali non sono semplici schermi riflettenti o espressioni di cultura o anche di cambiamento sociale, ma possono diventare esse stesse agenti attivi di cambiamento” (1993: 79). La performance è un’attività critica attraverso cui si diviene consapevoli delle strutture e dei codici significanti della comunità socio-culturale in cui si vive; e si abbozzano progetti di vita, a volte alternativi e in contrasto con la norma stabilita. “La performance è spesso una critica, diretta o velata, della vita sociale da cui nasce; una valutazione (che può essere anche un netto rifiuto)” (ibidem: 76).

Le differenze nelle due concezioni, sono enormi¹⁴; ma, al contempo, per entrambi gli autori la performance è una pratica socio-culturale imbrigliata, segnata e stretta tra spinte strutturali alla riproduzione dell’ordine culturale e desideri, non sempre

consapevoli, di rinnovamento e trasformazione di quest'ordine. Per entrambi, non è né una pratica totalmente libera, né una pratica del tutto assoggetta ai regimi della 'normalità' egemonica. La materializzazione dell'ordine culturale, la sua appropriazione nei contesti di vita quotidiana, può, in specifiche situazioni, dar vita a processi riflessivi e critici di ri-articolazione culturale. Questi possono, a loro volta, portare a nuove configurazioni culturali o, molto più spesso, a processi di rinvigorismento - rinnovamento dell'ordine esistente. La performance è esattamente questo, una pratica sociale che media e dà forma a istanze, desideri, poteri e piaceri diversi; con esiti culturali variabili. Cultura in movimento.

La cultura, per Rosaldo, non è né qualcosa di statico e neutro; né un universo internamente coerente e chiuso in se stesso. La vita quotidiana e le culture contemporanee sono



profondamente permeate e solcate da “border zones ... saturated with inequality, power, and domination.” (1988: 12) Queste zone di confine quotidiane ed ordinarie, queste “nicchie di resistenza ed esplosioni di ogni genere” (1989: 189); sono il contesto di vita della maggioranza delle persone; che in esse e attraverso esse creano le proprie culture e identità. Identità che a loro volta sono attraversate da frontiere culturali; che graffiano i corpi e si incidono nella carne. “I processi creativi di transculturazione si collocano lungo i margini reali o metamorfici, là dove la “persona” è attraversata da identità multiple”. (ibidem: 299). La cultura, per l'autore, ha sempre a che fare con la differenza e la distinzione; con la sua produzione, riproduzione e invenzione. Le persone, intorno a questi confini socio-culturali porosi e diffusi, creano nuove ibride distinzioni che riguardano valutazioni e orientamenti nei confronti del 'senso', dei generi, delle classi sociali, delle 'razze', delle 'etnie', delle generazioni, dei dress-code¹⁵, del cibo, delle religioni, degli stili di vita... I differenti gruppi, però, entrano e attraversano queste

frontiere portando con sé enormi disparità sociali, economiche e culturali. Le border zones sono spazi interstiziali diffusi, in cui i vari gruppi sociali cercano di far valere il proprio punto di vista, il proprio frame culturale e i propri interessi; spesso nascondendoli dietro l'oggettività, la 'verità' o comunque un qualche presunto superior valore del proprio sapere; o più semplicemente stigmatizzano ed escludono i 'diversi'. Le border zones sono intrise e permeate dal potere e dai conflitti di potere che in varie forme e modi condizionano fortemente l'elaborazione culturale.

La cultura è, intrinsecamente, conflittuale. È lo spazio magmatico dove i flussi culturali, prodotti industrialmente, si scontrano con i desideri, le passioni, i piaceri e le pratiche 'grassroots' degli attori sociali. Le norme egemoniche confliggono con differenti sistemi di significato e le tecniche polimorfe del potere cozzano con l'intransigente rifiuto a sottomettersi-conformarsi della 'libertà'. È lo spazio dove le differenze sociali vengono create, ri-generate e ri-prodotte e i discorsi del potere tentano di dar forma a corpi docili e normalizzati. Mutamento e ri-produzione sociale, potere e conflitto, piacere e potere.

L'appropriazione culturale, l'opera dell'immaginazione, l'incorporazione-trasformazione del sign play, le performances, la partecipazione culturale devono essere analizzate e interpretate all'interno di questo complesso scenario culturale, tecnologico e sociale; delle sue costrizioni, determinazioni e tendenze, e delle opportunità, possibilità e stimoli che offre agli attori sociali. Attori non passivi, creativi e capaci di negoziare conflittualmente, strappare, spazi di azione. Riproduzione, conflitto e mutazione fusi e confusi in un complesso gioco di potere-piacere-senso, segnato dalla capacità divergente e variabile dei differenti attori sociali di giocare l'intricata partita e da relazioni di potere e dominio.

La posizione all'interno delle reti di comunicazione e la capacità-competenza-potere di partecipare ai flussi culturali globali determinano, inoltre, sempre maggiormente le possibilità di accesso

a risorse di potere e senso degli individui. “Nella modernità riflessiva, le opportunità di vita ... dipendono ... dalla posizione che si ha all’interno della ‘modalità d’informazione’”. (Lash, 1994: 173). Posizione legata a fattori sociali storici (come classe, genere, luogo, età, tempo disponibile, etc.); ma contemporaneamente a nuovi divari culturali; particolarmente per quanto riguarda la partecipazione ai complessi flussi digitali e le competenze necessarie per sfruttare a pieno le opportunità e gli spazi aperti dall’emergere della mass self-communication e delle culture partecipative.

Tendenze culturali e sociali forti e consolidate contribuiscono a dar forma alle modalità partecipative abilitate dai media digitali e mobili. La globalizzazione e l’articolazione differente tra globale e locale, tra flussi globali e specifico spazio, segna le possibilità e le dinamiche processuali; particolarmente attraverso processi di inclusione/esclusione e globalizzazione della cultura. Globalizzazione da intendersi non come la creazione di un’unica cultura globale, quanto piuttosto come l’ibridarsi di tutte le culture e differenze, l’apertura di nuove possibilità contingenti e l’espandersi degli orizzonti culturali. Espandersi non necessariamente contrassegnato da una maggiore apertura alla differenza e all’altro; né da una riduzione delle differenze culturali e identitarie. I flussi culturali globali più che annullare le differenze, farle convergere, le moltiplicano e frammentano. Insieme e contraddittoriamente, possono produrre fenomeni di chiusura e rifiuto dell’altro o di maggiore apertura alla diversità. La spettacolarizzazione e la personalizzazione dei media e della vita sociale è un’altra tendenza consolidata che contribuisce a strutturare fortemente i fermenti culturali emergenti. Fermenti culturali che in parte si adattano o esaltano tendenze consolidate, in parte confliggono con queste e trasformano le pratiche sociali. Le reti digitali e mobili, ad esempio, esaltano la relazionalità sociale e i processi relazionali nelle pratiche culturali, sociali e politiche; conferendogli un’importanza inusitata. Estremizzano e portano a

compimento le tendenze alla personalizzazione e spettacolarizzazione preesistenti. Allo stesso tempo, contraddittoriamente, abilitano forme culturali maggiormente riflessive e parzialmente slegate dai tempi stretti dei mainstream media e dagli stringenti imperativi economici delle industrie culturali. Tendenze ambivalenti e in grado di scombussolare le interpretazioni maggiormente consolidate dei fenomeni culturali e sociali.

Lo scenario culturale, tecnologico e sociale, in ogni caso, esalta e conferisce una centralità nuova, o forse parzialmente nuova e maggiormente evidente, alla partecipazione degli attori sociali. Partecipazione molto spesso interpretata a-contestualmente. Estrapolata dal contesto e dalle sue condizioni di possibilità. Esaltata in sé e univocamente, senza alcuna distinzione o considerazione dei fattori sociali, culturali e tecnici che contribuiscono ad abilitarla e insieme a darle forma; in un processo circolare di azione e retroazione, codeterminazione reciproca e coevoluzione delle pratiche emergenti e dei contesti in cui queste si innestano. “Participatory media theory has the tendency to isolate the concept of participation, and to ignore the conditions of possibility of its relevance, appreciation and significance.” (Carpentier, 2009: 412)

La cultura è, per Fiske, sempre intrisa di potere e conflitto. I processi culturali vanno contestualizzati e analizzati all’interno delle relazioni di potere e dominio, tenendo fortemente presenti: le dinamiche ibride di potere e piacere; e la partecipazione attiva e creativa del sé agente ai processi di significazione e di formazione di identità sociali. “Culture is the constant process of producing meanings of and from our social experience, and such meanings necessarily produce a social identity for the people involved” (Fiske, 1989a: 1). Il consumo culturale coincide, dunque, sempre con la produzione di significati e piaceri, non è mai un’attività passiva. La partecipazione è strutturale nei processi culturali. Esistono, però, differenti gradazioni e tipologie di partecipazione e produzione in

cui le audiences si impegnano, per differenti motivazioni e scopi. Fiske ne individua tre tipologie principali: semiotica, enunciativa e testuale; che chiarisce non sono mai nettamente distinguibili e spesso si intrecciano nella pratica concreta.

La *produttività semiotica* “consiste nell’attribuire significati all’identità e all’esperienza sociale, a partire dalle risorse semiotiche dei beni culturali.” (Fiske, 1992: 173) I beni culturali offerti dalle industrie culturali devono essere particolarmente polisemici per riuscire a connettersi con attori sociali estremamente differenziati socio-culturalmente e in continuo movimento - mutamento. I testi della cultura popolare sono, per Fiske, ‘producerly text’, ovvero testi che stimolano particolarmente la produzione semiotica. L’autore conia questa definizione a partire da una distinzione, effettuata da Barthes (1973), tra ‘readerly text’ e ‘writerly text’. Un ‘readerly text’ è un testo relativamente chiuso, che tenta di promuovere una lettura disciplinata, e sostanzialmente passiva, e un significato già preconfezionato. Si avvicina ad un classico testo realista che tenta di proporsi come trasparente raffigurazione del reale. Un ‘writerly text’, al contrario, è pieno di contraddizioni, non nasconde la sua natura di discorso e non tenta di raggiungere un’assoluta coerenza ed unità. Sfida continuamente il lettore a partecipare alla costruzione dei significati, a riscriverlo attivamente. Barthes, occupandosi principalmente di letteratura, riteneva che i ‘readerly text’ fossero più adatti a un vasto pubblico, perché più semplici; mentre i ‘writerly text’, maggiormente difficoltosi, fossero più adatti ad un pubblico ristretto. La tipologia introdotta, da Fiske, dei ‘producerly text’ serve a concettualizzare un testo aperto come il ‘writerly’, ma semplice come il ‘readerly’; in modo da poter essere popolare. Il ‘producerly text’ è meno d’avanguardia, non cerca di scioccare continuamente il lettore; né cerca di imporre regole ferree di decifrazione dei suoi significati nascosti. Il ‘producerly text’, per essere semplice come il ‘readerly’, deve permettere una lettura semplice e in accordo con il significato dominante esplicitamente codificato in esso; per quei lettori che riescono a ritrovarsi, o a

negoziare facilmente una posizione soddisfacente, all'interno delle strutture dominanti di senso. Insieme, deve permettere letture più aperte e discordanti come il 'writerly'; permettere-abilitare, non richiedere, e senza stabilire le regole attraverso cui questa polisemia debba essere esperita e decifrata. "It offers itself up to popular production; it exposes, however reluctantly, the vulnerability, limitations, and weakness of its preferred meanings; it contains, while attempting to repress them, voice that contradict the ones it prefers; it has loose ends that escape its control, its meanings exceed its own power to discipline them, its gaps are wide enough for whole new texts to be produced in them." (Fiske, 1989a: 104).

I testi della cultura popolare sono pieni di ironie, giochi di parole, metafore che causano e si fondano sulla collisione di discorsi diversi, producono "an explosion of meanings that can never be totally controlled by the text" (Fiske, 1987: 87). Sono, spesso, eccessivi, 'sensazionalistici', 'melodrammatici'. L'eccesso, il sensazionalismo spingono la norma dominante al suo limite. I significati eccessivi sfuggono al controllo ideologico e si trasformano in risorse perfette per resistere o sfuggire a esso. I testi della popular culture sono, insieme, contraddittori e complessi non tanto nella loro struttura interna quanto negli usi sociali che permettono. "By 'showing' rather than 'telling', by sketching rather than drawing completely, popular text open themselves up to a variety of social relevance... showing the obvious leaves the interior unspoken, unwritten". (Fiske, 1989: 122) I beni culturali prodotti dalle industrie culturali vengono, spesso, definiti poveri; ma questa loro incompletezza ed insufficienza abilita complesse letture intertestuali e permette la produzione di significati disparati dallo stesso testo. La serialità, e la frequente ripetitività dei testi, gli permettono di insinuarsi perfettamente nelle routine della vita quotidiana; ciò favorisce il loro aprirsi involontario al sociale, che si imprime su di essi. "Because of their incompleteness, all popular text have leaky boundaries; they flow into each other, they flow into everyday life." (ibidem: 126)

I testi della cultura popolare permettono e invocano la produttività semiotica.

La produttività semiotica è essenzialmente interiore, quando i significati prodotti vengono espressi all'interno dei gruppi e delle reti sociali di cui l'individuo fa parte, assumono un qualche forma pubblica, siamo di fronte a forme di *produttività enunciativa*. Fiske inserisce in questa categoria due tipologie di produttività: quella *orale* e quella che usa il *corpo come un medium*. Spesso i *discorsi sui media* svolgono la funzione di facilitare le relazioni sociali. Sono un argomento condiviso con cui aprire una discussione o possono diventare il mezzo con cui entrare in una discussione già avviata. A volte si diviene fan, o comunque spettatori regolari di un programma, per partecipare alle discussioni sul luogo di lavoro o a scuola; altre per partecipare alle discussioni che la 'comunità' dei fan organizza. Discutere di un programma o di un evento politico-mediale diventa un mezzo per entrare in contatto con gli altri, attraverso tematiche che si può presupporre siano comuni. E insieme un modo per portare il contenuto mediale a contatto con la propria vita quotidiana e (re)interpretarlo-adattarlo alla propria esperienza di vita.

Jenkins ha analizzato le discussioni tra fan attraverso il concetto di *gossip*. Il contenuto del *gossip* è meno importante dei legami sociali che consolida attraverso lo scambio di segreti. La sua funzione è quella di permettere di parlare di se stessi attraverso le azioni e i valori degli altri. "The same may be said of the function of television talk... In an increasingly atomistic age, the ready-made characters of popular culture provide a share set of references for discussing common experiences and feelings" (Jenkins, 1992a). Le discussioni sui testi medialti permettono di connetterli più strettamente alla vita quotidiana e di tradurre i significati inusuali in un linguaggio più consono alla propria esperienza; di rendere concreto ciò che è maggiormente astratto. Facilitano la discussione di temi 'scottanti', ma da una certa distanza che non sarebbe possibile parlandone più

direttamente. Insieme, creano-favoriscono relazioni sociali significative.

La cultura orale, per Bakhtin (1981), è, soprattutto nelle società basate sulla scrittura, associata con la sovversione e il popolare. Le conversazioni orali danno forma nuova ai testi mediali, li portano a contatto con la socialità magmatica. "Talking about television is a process of bringing out the meanings that 'work' for a particular audience group... it constructs audience - driven meanings and it constructs audience communities within which those meanings circulate." (Fiske, 1987: 80)

Le reti digitali e mobili amplificano e diffondono questo tipo di discorsi sociali, ma insieme li trasformano. I media sono al centro delle discussioni in rete; circolano e rimbalzano tra SNS, chat, servizi di messaggistica, email, blog, forum... I testi mediali trovano, probabilmente, un così grande spazio nelle conversazioni in rete perché fungono da deposito di conoscenze condivise. Deposito da cui far partire discussioni con persone che potrebbero non condividere altro con noi e di cui, in ogni caso, sappiamo poco o nulla. I testi mediali fungono, inoltre, da facilitatori di rumore¹⁶, da rinforzo alle nostre argomentazioni, da stratagemmi per parlare con distacco di argomenti che ci toccano o imbarazzano troppo, da piattaforma di condivisione di stati emotivi e sensazioni... I gusti mediali sono, sempre più di frequente, il nostro biglietto da visita; la porta USB che ci connette all'esterno.

Le discussioni sui media vengono trasformate profondamente, però, dal carattere maggiormente pubblico e duraturo che assumono in rete.¹⁷ Le discussioni si svolgono, quasi sempre, essendo coscienti che ciò che si dice è accessibile a un numero più o meno elevato di persone, per un periodo più o meno lungo. Si fanno meno private e incidono maggiormente sull'identità pubblica complessiva, e non solo all'interno del gruppo orale ristretto della persona. Nella maggior parte dei casi, però, in questa forma 'orale - scritta' la diffusione sembra, comunque, ristretta a gruppi più o

meno limitati e caratterizzati da un qualche grado di conoscenza reciproca, per quanto labile.

La seconda forma di produttività enunciativa, quella che passa attraverso il *corpo*, ha un'importanza sempre maggiore ed è tradizionalmente rivolta a un pubblico più ampio (ad es. tutte le persone incontrate per strada). Il corpo-medium, oggi, visto lo straordinario successo della fotografia digitale e dei social networks, e la crescente importanza delle culture visuali, assume connotati di pubblicità ancora maggiori; e una diffusione potenzialmente istantanea e illimitata.

Una diffusione più ampia e la produzione di testi maggiormente stabili caratterizzano, infine, la *produttività testuale*, che si avvicina molto alla produzione culturale 'ufficiale'.

Le distinzioni introdotte da Fiske facilitano l'analisi delle varie forme di partecipazione all'interno dei vari e disparati contesti sociali. Carpentier (2012) propone, però, di specificare maggiormente e ulteriormente cosa si intende per partecipazione ai processi culturali e ai fenomeni mediali; ponendo particolare attenzione alle possibilità esistenti di co-decisione e accesso ai processi decisionali delle organizzazioni mediali. Scomporre il concetto di partecipazione per poter meglio analizzare le specifiche istanze di partecipazione e i contesti in cui prendono forma. L'autore propone di distinguere le attività degli attori sociali in relazione ai media, separando: l'interazione con i contenuti mediali, dalla partecipazione alla produzione culturale. *L'interazione con i contenuti mediale* riguarda l'interpretazione polisemica di questi, la significazione e la produzione-creazione di identità e senso. La *partecipazione alla produzione mediale* può essere ulteriormente scomposta in: produzione di contenuti (*content-related participation*) e accesso-partecipazione ai processi decisionali delle organizzazioni mediali (*structural participation*).

Carpentier, attraverso la più dettagliata specificazione del concetto, individua due maxi approcci alla partecipazione: uno

limitato e riduttivo (*minimalista*), e uno maggiormente capace di ridefinire le dinamiche culturali (*massimalista*). Il primo conferisce un notevole controllo sui processi culturali alle organizzazioni mediali, tende a depoliticizzare e disconnettere dagli altri campi sociali la partecipazione, omogeneizza le audiences e le loro pratiche; e favorisce l'incorporazione strumentale dei fermenti emergenti, ponendoli in ultima istanza al servizio degli interessi delle organizzazioni mediali e degli equilibri di potere preesistenti. L'approccio massimalista ridefinisce gli equilibri di potere tra controllo professionale e partecipazione popolare, riconosce la profonda diversità ed eterogeneità delle audiences, favorisce la partecipazione e ne riconosce la natura politica, sottolineando le dinamiche di potere che solcano le pratiche culturali.

L'autore ritiene il semplice accesso ai media e la possibilità di interagirvi non sufficienti per parlare di partecipazione. La maggior parte degli approcci teorici alla partecipazione culturale commetterebbero proprio questo errore, ovvero confondere accesso e interazione con partecipazione. Jenkins, ad es., ha definito la partecipazione come "the social and cultural interaction that occur around the media" (2006a: 305). La partecipazione, per Carpentier, si riferisce a processi maggiormente inerenti i processi di decisione ed è solcata e segnata dalle relazioni di potere e dominio. "Access and interaction do matter for participatory process in the media – they are actually its conditions of possibility – but they are also very distinct from participation because of their less explicit emphasis on power dynamics and decision-making." (2012: 69)

Media, Audiences & Signifying Practices

“Le verità sono illusioni di cui si è dimenticata la natura illusoria”. (Nietzsche, F. *Opere*. Milano: Adelphi. 1992: III, 361)

I Cultural Studies nascono in reazione a teorie sulla cultura, e sulla relazione media - audiences, insoddisfacenti e incapaci di dar conto dei fenomeni sociali emergenti.

La ‘Scuola di Francoforte’¹⁸, in ambito marxista il gruppo maggiormente impegnato nello studio della cultura e dei media, si interessava a questi fenomeni principalmente per cercare di spiegare il mancato realizzarsi delle previsioni formulate da Marx. Il marxismo ortodosso individuava nel sistema capitalistico una strutturale tendenza alla crisi e alla generazione involontaria delle condizioni del proprio superamento. Il capitalismo, però, si era espanso e stabilizzato (per quanto attraverso continui cicli di crisi e ristrutturazioni). Insieme, il sistema riusciva sempre più a ottenere il consenso dei subordinati (e delle classi che teoricamente avrebbero dovuto condurre la lotta per il superamento del capitalismo). Le ragioni del fallimento delle previsioni di Marx e del consenso ottenuto dal sistema capitalistico furono individuate nell’espandersi dell’‘industria culturale’ e nella mercificazione della cultura. Gli studiosi del gruppo assegnarono un’importanza nuova alla cultura. L’industria culturale produce il consenso al sistema (e quindi ne favorisce la riproduzione). Crea falsi bisogni di consumo e manipola le classi popolari; impedendo ai subordinati di prender coscienza dei propri reali interessi. Marcuse (1967) annuncia l’avvento dell’*uomo a una dimensione*, interamente proteso a ricercare la propria anima nelle merci.

La Scuola di Francoforte presupponeva, però, processi di significazione semplici e trasparenti (stimolo/risposta), sostanzialmente di stampo comportamentista. Il significato si trasmette in maniera immediata e trasparente dai testi mediali alle

audiences. Le persone, trasformate in masse amorfe e inconsapevoli, reagiscono in modo diretto agli stimoli mediali. Ne accettano in modo trasparente i significati e adeguano il proprio comportamento al messaggio, che si configura come qualcosa di molto simile ad un comando a cui ci si conforma immediatamente e spontaneamente. I processi di significazione sono in realtà molto più complessi, opachi e frammentati.

Hall (1980c) distingue e definisce l'approccio iniziale dei Cultural Studies attraverso una serie di rotture con le precedenti tradizioni. La prima riguarda proprio l'insoddisfacente modello di effetti diretti dei media sulle persone, sostituito dal concetto di ruolo 'ideologico' dei media. La seconda rottura sostituisce a una concezione dei testi come trasparenti contenitori di significati, una maggiormente influenzata dalla semiotica, dall'analisi del linguaggio e della struttura ideologica dei testi. La terza rottura, conseguente, è il rifiuto di una concezione delle audiences come masse amorfe e passive ('cultural dope').

Il primo tentativo, dell'autore, di sviluppare una metodologia per lo studio dei media e della cultura modella le pratiche di significazione sulla falsa riga del ciclo di produzione di Marx e fa largo uso dell'approccio semiotico sviluppato da Barthes. Le pratiche di significazione riguardano i significati, ma questi significati per essere scambiati necessitano la traduzione in forma discorsiva e solo in questa forma possono raggiungere le audiences, che devono a loro volta ritrasformare la forma discorsiva in pratiche sociali, in significati. Si tratta di due momenti centrali dello scambio comunicativo *codifica* e *decodifica*, "che sebbene siano relativamente autonomi in rapporto all'intero processo comunicativo, sono determinati." (S. Hall, 1980d: 45) Un evento, un significato, per poter essere trasmesso deve essere codificato, secondo le regole del linguaggio, in forma discorsiva; l'evento deve farsi racconto. Il codice collega la mappa concettuale, attraverso cui ogni persona dà senso e classifica il mondo mediante una serie di

immagini mentali e concetti collegati tra loro, e i segni del linguaggio. Il segno linguistico è privo di significato se non si collega a un concetto. La realtà è priva di significato se non crea connessioni con la mappa concettuale preesistente; e non può essere comunicata se non attraverso un ulteriore passaggio che, mediante un codice linguistico, non trasformi realtà-significato della realtà in una forma discorsiva trasmissibile e comunicabile. Già a questo semplice livello, risulta evidente che non siamo di fronte ad una comunicazione perfettamente trasparente, ma piuttosto 'sistematicamente distorta'. Le mappe concettuali non classificano la realtà in modi identici né creano le stesse connessioni tra concetti; e non tutte le persone, i gruppi e i popoli usano lo stesso identico codice.¹⁹

La circolazione dei messaggi medialità è, inoltre, qualcosa di molto più complesso perché la forma discorsiva deve essere integrata nelle relazioni sociali dell'intero processo comunicativo di cui è soltanto una parte. Il messaggio deve essere prodotto all'interno delle strutture, delle relazioni e delle infrastrutture tecnologiche dei media. All'interno di queste strutture produttive, "le routine della produzione, le competenze tecniche storicamente definite, le ideologie professionali, le conoscenze istituzionali, le definizioni ed i presupposti, le ipotesi sulla natura del pubblico eccetera, determinano la natura del programma" (ibidem: 45). I media, a loro volta, non essendo un sistema chiuso, subiscono l'influenza di altre fonti, discorsi e ideologie provenienti dal più ampio sistema socio-culturale. La produzione del messaggio è, ancor più, solo uno dei momenti del circuito della comunicazione. Le strutture destinate alla trasmissione devono, a questo punto, codificare i messaggi in una forma discorsiva e questi messaggi devono essere successivamente decodificati dalle audiences. Le persone devono appropriarsi del messaggio in forma di discorso dotato di significato. Solo attraverso le varie decodifiche e appropriazioni il messaggio può diffondersi e acquisire una qualche rilevanza. Niente garantisce l'assoluta coincidenza dei due momenti della codifica e della

decodifica, soprattutto in una situazione in cui “le differenze strutturali di relazione e posizione tra chi fa la trasmissione e chi la riceve” (ibidem: 47) portano a una frequente mancanza di sintonia tra i codici utilizzati.

Non esistono codici universali, trasparenti o naturali. La conoscenza discorsiva è sempre il prodotto “dell’articolarsi del linguaggio con i rapporti e le condizioni reali” (ibidem: 47). Se tale articolazione appare naturale o trasparente è solo a causa della “natura abituale e quasi-universale dei codici in uso, che producono riconoscimenti in apparenza ‘naturali’, con il risultato (ideologico) di occultare le codificazioni.” (ibidem: 48) Spesso questo accade a livello della denotazione, ovvero del significato ‘letterale’; che normalmente è riconosciuto da tutti gli appartenenti a una comunità linguistica, ma solo in forza della sua larga diffusione e della stabilizzazione, tramite l’utilizzo ripetuto, del legame tra segno e concetto letterale (e dell’occultamento ideologico del codice, dietro l’apparente naturalezza del segno). Il livello *connotativo*, quello dei possibili significati associativi, è quello più aperto all’interpretazione e alla lotta ideologica. La connotazione stabilisce un legame, meno fisso, tra il segno e più ampi universi di significato. Per Barthes (1974), è il livello attraverso cui i frammenti dell’ideologia, i miti, invadono il sistema linguistico. La connotazione è maggiormente polisemica, maggiormente aperta alla trasformazione, ma ugualmente soggetta a vincoli.

La società e la cultura tendono a imporre specifiche classificazioni e connotazioni al mondo sociale, politico e culturale. Tentano di imporre un ordine culturale dominate attraverso regole performative e d’uso che privilegiano e favoriscono delle letture preferenziali ed escludono altri possibili significati. Si tratta di un processo non unilaterale e totalizzante, piuttosto di “un ‘lavoro’ che ogni volta è necessario per introdurre, rendere credibili ed imporre come legittima una decodificazione dell’evento, entro i limiti delle definizioni dominanti che gli hanno attribuito un significato connotativo.” (S. Hall, 1980d: 52) La codifica crea limiti, parametri,

in questo senso determina la decodifica; ma non può mai garantirla in maniera univoca. Il significato comunicato nasce dall'articolazione dei due momenti codifica/decodifica. La non necessaria corrispondenza tra i due rende possibile ipotizzare differenti combinazioni di quest'articolazione; ma i limiti imposti dalla codifica impediscono l'infinita semiosi ed imprimono un significato preferito al messaggio. In questo primo tentativo teorico, Hall, ipotizza tre possibili posizioni di decodifica (che sembrano ricalcare sostanzialmente le divisioni di classe, anche se l'autore non lo rende mai esplicito). La prima posizione individuata è quella *egemone - dominante*, in cui il significato dominante codificato viene integralmente accettato. La seconda è quella del *codice negoziato* (probabilmente la più diffusa), che opera attraverso eccezioni e logiche particolari. A livello generale e delle grandi definizioni accetta il codice dominante, ma lo adatta al livello micro (locale) e alle proprie posizioni corporative o di altro genere. L'ultima posizione di decodifica è quella di chi adotta un *codice oppositivo*; ovvero interpreta volontariamente, in quanto è in grado di individuare la lettura preferita, il messaggio all'interno di un sistema di significati alternativo.

Le posizioni di decodifica individuate risultano, però, da subito inadeguate a dar conto della gamma molteplice di articolazioni tra i due momenti della codifica e della decodifica. Morley, dopo aver verificato empiricamente il nuovo paradigma, ne sottolinea due punti deboli. Per l'autore, è necessario sviluppare una mappa culturale dell'audience che "mostri i vari repertori culturali e le risorse simboliche a disposizione dei sottogruppi posizionati in modo diverso all'interno delle audience." (Morley, 1983: 50) I testi mediali vengono decodificati in specifici contesti e circostanze, utilizzando i discorsi sociali che i soggetti hanno a disposizione. L'incontro tra audiences e testo è, quindi, determinato da due fattori principali: i discorsi sociali multipli a disposizione delle audiences; e gli orientamenti culturali che queste traggono dalle diverse formazioni sociali, gruppi e sottogruppi, a cui appartengono.

Il secondo punto critico evidenziato dall'autore è la possibile non-decodifica del testo. Un testo può essere del tutto rifiutato per mancanza di interesse, per assenza di connessione tra questo e l'esperienza di vita del gruppo.²⁰

L'enfasi si sposta sul contesto quotidiano all'interno del quale vengono costruiti i significati. Sulle relazioni (di potere) che, all'interno di questo contesto, vengono mediate, articolate e dotate di significato attraverso l'uso e il consumo dei media.²¹ E sulle dinamiche del gusto. Il concetto di gusto permette di tenere conto delle connessioni che si creano tra particolari tipologie di testi e particolari audiences (all'interno dei micro-mondi di vita e delle relazioni che li strutturano); e di indagare i significati e i piaceri specifici che questa articolazione offre²². I gusti sono, inoltre, strettamente connessi alle dinamiche di classificazione sociale, alla formazione-conservazione di blocchi e gruppi sociali, e alla definizione-creazione di rapporti di potere tra essi²³.

Hall ha, in seguito, sulla base dei risultati delle ricerche empiriche, istaurato un dialogo critico con le nuove teorie inerenti linguaggio, discorso e significato, arricchendo il proprio approccio. Foucault ha avuto un forte impatto sullo studioso e, parzialmente in maniera più indiretta e critica, anche le teorie post-moderne.

Foucault non si è mai occupato del significato di un singolo testo, ma delle formazioni discorsive che attraverso vari ambiti sociali, istituzioni, discorsi e testi danno forma alla conoscenza del periodo. Non è tanto interessato, al significato in se stesso; ma ai modi in cui le persone arrivano a comprendere se stessi, all'interno di una specifica cultura (storicamente determinata), e a come la conoscenza sulla società e sulle soggettività sociali viene prodotta. La relazione centrale, per Foucault, è power/knowledge; il fulcro dell'analisi i modi in cui il potere produce la conoscenza sociale e i soggetti. I discorsi sono intesi come sistemi di rappresentazione che producono conoscenza attraverso il linguaggio e le pratiche (visto che tutte le pratiche coinvolgono significati). I discorsi governano e

delimitano i modi in cui si può parlare di un argomento (sistemi di verità); ma insieme strutturano le pratiche. Attraversano, formano e sono rintracciabili in svariati testi, forme di condotta ed istituzioni di un periodo storico. Per Foucault, non esiste significato al di fuori delle formazioni discorsive. I discorsi producono gli oggetti della conoscenza ed i soggetti della conoscenza; e, insieme, la conoscenza è sempre legata al potere, perché viene sempre applicata alla regolazione della condotta sociale.

Hall negli scritti dell'autore trova concetti e provocazioni importanti, ma resta critico verso il rifiuto completo del concetto di ideologia, la formazione del soggetto esclusivamente nel discorso e il rischio di un eccessivo abbandono degli aspetti materiali dell'esistenza. Al contempo, arricchisce il proprio approccio teorico grazie agli stimoli teorici inerenti i meccanismi attraverso cui potere, cultura, pratiche sociali e corpi si intrecciano. E recepisce criticamente alcuni aspetti dei concetti foucaultiani riguardo l'intertestualità di pratiche, discorsi e significati. "For me, the only function of discourse is to end the action/language distinction... Everything is within the discursive, but nothing is only discourse or only discursive." (S. Hall et al., 1997: 8) Hall, proprio per questa ragione, è molto più polemico con gli autori 'post-moderni' che portano la decostruzione al suo limite, facendo sparire ogni cosa nel linguaggio e nella rappresentazione; e postulando l'assenza di qualsiasi significato o limite all'interpretazione. "Il significato non è un atto naturale, bensì arbitrario, è l'intervento dell'ideologia nel linguaggio" (S. Hall, 1986a: 185) L'autore, in definitiva, riconosce l'importanza dell'"ampliamento del concetto di testo e di testualità, intesi sia come origine che come sottrazione e differimento del significato"; e dell'enfasi sulla lotta per limitare la molteplicità dei significati e chiudere ideologicamente l'infinita semiosi. Ma, allo stesso tempo, ritiene fondamentale che i Cultural Studies imparino a convivere con la tensione che nasce dal fatto "di presumere che la cultura opera sempre mediante le sue testualità e anche che questa testualità è sempre insufficiente." (S. Hall, 1992: 295)

Hall resta convinto che per quanto la cultura e i testi sfuggono a ogni collegamento diretto con altre strutture; “l’ombra, il segno, la traccia di quelle altre formazioni, dell’intertestualità dei testi nelle loro posizioni istituzionali, dei testi come fonte di potere, della testualità come luogo della rappresentazione e della resistenza, sono tutte questioni che non possono mai essere cancellate dagli studi culturali”. (ibidem: 295)

Il concetto di articolazione riveste un ruolo centrale nei processi culturali, secondo l’autore. L’articolazione connette discorsi e formazioni sociali in maniera non predeterminata, ma influenzata dalle relazioni di potere, dai discorsi disciplinari normalizzanti e dalle articolazioni storicamente consolidate. L’articolazione attiva, la creazione di connessioni da parte degli attori sociali; all’interno delle determinazioni, ovvero dei limiti più o meno vagamente tracciati dal potere e dai discorsi, e delle posizionalità create per favorire e suscitare questa connessione da parte dei discorsi; produce un senso di sé e del sociale. L’articolazione non è del tutto libera, né determinata in maniera assoluta; ad alcune condizioni può verificarsi. Gli attori sociali possono scegliere di investire-accettare le posizionalità previste o crearne di nuove parzialmente devianti. La testualità insufficiente incorpora discorsi e potere, ma resta insufficiente. Gli attori sociali si articolano o no con essa, producono i propri significati; ma le tracce del potere e dei discorsi disciplinari incorporati nelle testualità solcano i corpi e delimitano-stabilizzano, più o meno marcatamente, i campi divergenti del senso.

Il Piacere della Differenza

“Quando un'anima nasce in questo paese le vengono gettate delle reti per impedire che fugga. Tu mi parli di religione, lingua e nazionalità: io cercherò di fuggire da quelle reti.” (Joyce, J. Dedalus, 1916)

Cultura/potere è, sin dalle origini, la relazione centrale intorno a cui i vari approcci, presenti all'interno del campo magmatico dei Cultural Studies, si organizzano e convergono. I conflitti di potere all'interno della cultura sono la tematica che distingue la disciplina. La cultura, il potere, i media, le audiences e i modi in cui vengono concettualizzati mutano, ma resta l'interesse centrale per il conflitto nei processi di rappresentazione e costruzione dei significati.

Fiske concepisce la cultura come uno spazio di contesa e lotta, enfatizzando ancor più gli aspetti conflittuali già presenti nella disciplina. “Culture is a struggle for meaning as society is a struggle for power.” (1987: 20) È, però, maggiormente critico verso altri concetti elaborati dai Cultural Studies. Il concetto di lettura preferita di Hall, ad es., è, per l'autore, un primo valido tentativo di dar conto dei processi attraverso cui le audiences costruiscono i propri significati ‘fuori’ dai testi, ma ha delle limitazioni forti. Le audiences possono evadere l'ideologia contenuta nel testo semplicemente selezionandone pezzi, evitandone l'intera struttura, e traendo dal testo risorse culturali grezze meno determinate, maggiormente aperte. Lo sviluppo del paradigma encoding/decoding presuppone il consumo dell'intero testo; le audiences, al contrario, possono ‘esporsi’ ai testi mediali in maniere diverse e spesso frammentate. “The undisciplined popular reader... is often selective and spasmodic... is often a textually undisciplined selection of relevant moment.” (Fiske, 1989a: 143–144) La successiva teoria dell'articolazione di Hall è, secondo l'autore, un progresso nella direzione giusta. Ponendo enfasi su un'articolazione non necessaria tra discorsi e tra discorsi ed audiences, apre maggior spazio alla

costruzione di significati rilevanti da parte degli attori sociali. “The theory of articulation maintains a nice balance between seeing the text as a producer and circulator of meaning and seeing it as a cultural resource open to a wide, but not limitless, range of productive uses.” (ibidem: 146) I testi della cultura popolare sono, per Fiske, particolarmente polisemici e le audiences hanno margini di manovra ampi nella costruzione dei propri significati. L’articolazione è una connessione modulabile, non necessaria, creata all’interno di contesti sociali multipli, solcati da contraddizioni e conflitti di potere, che esercitano una forte influenza su di essa. Hall, per l’autore, dà, inoltre, un’importanza eccessiva agli aspetti ‘razionali’ dei conflitti culturali. Il conflitto per i significati, per Fiske, è inestricabilmente legato al piacere, che è “one of the resistances of the masses.” (Fiske, 1996a: 216)

Audiences e testo, per Fiske, sono due termini centrali nell’analisi dei processi culturali. Lo studioso ritiene, però, necessario abbandonare e superare una concezione eccessivamente semplicistica e monolitica di essi. *Audience* è un concetto sfuggente che tende a creare similitudine tra i fruitori dei media che, al contrario, andrebbero descritti ed analizzati nei “termini di una moltitudine di differenze.” (Fiske, 1989c: 52) Audience non è una categoria sociale definita e delimitabile una volta per tutte: tutti ne fanno parte in diversi momenti e in diversi modi. “Ognuno scivola continuamente dentro e fuori di essa in un modo che rende privo di senso qualunque tentativo di definirne i confini.” (ibidem: 52)

Il *testo* non è un’unità chiusa in se stessa, in grado di trasmettere un significato fisso e univoco. I media non trasmettono testi rigidi e completi, ma “testualità... significanti... che potenzialmente attivano significati e piaceri.” (ibidem: 53) I significati e i piaceri vengono creati e prodotti, nei contesti quotidiani variabili, attraverso processi di articolazione tra le testualità potenziali, inserite in complesse reti intertestuali, e le persone, portatrici di storie,

appartenenze mobili e soggettività diverse. “Non c’è testo, non c’è audience, ci sono solo processi di visione”. (ibidem: 53)

L’autore non nega le determinazioni²⁴ poste alle pratiche di costruzione di significato. Le determinazioni possono, però, solamente delimitare vagamente il territorio, porre limiti instabili, all’interno dei quali le persone hanno “un certo potere sui loro significati, piaceri, soggettività” (Fiske, 1989c: 53). “Any lines of social force working to close down or limit the space within which the agency of subordinate can operate are contradicted by intersecting or opposing lines that work to enlarge it.” (Fiske, 1989a: 181) Le persone producono la propria cultura dai materiali grezzi offerti dai media; ma lo fanno sotto l’influenza di due forze parallele e interdipendenti: il sociale ed il testuale “che intervengono nella determinazione... il primo agisce sulla soggettività dello spettatore, il secondo sulla testualità” (Fiske, 1989c: 54).

Il *testuale* influisce in molti modi sui processi di significazione. Il testo, per Fiske, è sempre un sito di tensione fra forze che tentano di limitarne i significati e forze che cercano di dischiudere le sue potenzialità polisemiche. I discorsi e le ideologie tentano di chiudere il testo, di limitarne i significati possibili; in particolare, attraverso la ‘naturalizzazione’, quel processo per cui un significato ideologico struttura il senso comune e appare come naturale. Processo che l’autore, prendendo a prestito un concetto di Barthes (1974), definisce di *exnomination*. “That which is exnominated appears to have no alternative and is thus granted the status of the natural, the universal, or that – which – cannot – be – challenged.” (Fiske, 1987: 290) I codici ideologici, per Fiske, più che imprimere un unico significato preferito, tentano di escludere alcuni significati e limitare la polisemia testuale. Le ideologie cercano di inserire “structures of preference in the text that seek to prefer some meanings and close others off.” (ibidem: 65) Il testo è sempre, però, un sito di conflitto. “The discourses... attempt to control and confine its potential meaning: the discourse of the reader may resist this control.”

“Hegemony is a constant struggle against a multitude of resistance”, “against that diversity of meaning that the diversity of readers will produce”. (ibidem: 15-41-93)

Il ‘realismo’ e la forma narrativa sono altre due strategie testuali di limitazione dei significati, secondo l’autore. “They promote particular reading strategies which activate particular meanings in the text.” (ibidem: 130) Il realismo è una pratica ideologica. Cerca di far apparire ciò che è ‘fiction’ come ‘reale’, ‘naturale’; così facendo, tenta di presentare le convenzioni culturali, incorporate, come assolute e naturali, e di imporre coerenza ed unità al mondo. La forma narrativa tende a semplificare e conferire linearità al magmatico sociale. Inoltre, con la sua sequenza tipica di rottura dell’ordine e ristabilimento dell’ordine, può rinforzare lo status quo. Queste interpretazioni della naturalizzazione, del realismo e della forma narrativa sono, però, basate unicamente sulla struttura interna dei testi. Barthes (1973), nei suoi ultimi lavori, si è concentrato maggiormente sui processi di ‘strutturazione’, attraverso cui il significato della narrazione emerge dal rapporto lettore/scrittore. I testi sono, soltanto, significati potenziali che le audiences attivano in specifici contesti saturi di discorsi differenti e all’interno di reti intertestuali complesse. “The text themselves are the raw materials out of which a number of narratives can be produced” (Fiske, 1989b: 121).

I testi sono sempre aperti a più interpretazioni, per quanto si possa tentare di limitarne i significati; e i testi della cultura popolare sono, per Fiske, particolarmente polisemici, per una serie di ragioni connesse: intertestualità dei processi di significazione, e discriminazione popolare - caratteristiche dei testi.

“All meanings are ultimately intertextual... meanings... can exist only in that ill-defined cultural space between texts that precede the texts that both draw upon it and contribute to it, which exists only in its constant circulation among texts and society” (ibidem: 121) L’intertestualità apre il testo ad una gamma di significati più ampia, per quanto in alcuni casi tenti di pre-orientarne

l'interpretazione. Fiske (1987) distingue due tipologie di intertestualità: orizzontale, tra testi primari più o meno esplicitamente connessi; e verticale, tra testo primario e altri testi che si riferiscono esplicitamente ad esso. *L'intertestualità orizzontale* maggiormente studiata è quella che lega e organizza i testi della cultura popolare attraverso il concetto di genere. Il genere è un principio di ordine, crea aspettative, convenzioni; richiama alla memoria altri testi dello stesso genere. Il genere è, quindi, principalmente una strategia che cerca di limitare la polisemia dei testi; di disciplinare le possibili interpretazioni, creando aspettative e cercando di limitare i legami intertestuali all'universo dei testi che appartengono allo stesso genere. Il genere apre, in ogni caso, almeno parzialmente il testo, il cui significato istaura un dialogo, un gioco di somiglianze e differenze, con i testi appartenenti allo stesso universo; dialogo in grado di generare significati e piaceri non previsti. *L'intertestualità orizzontale* valica, però, continuamente i confini di genere e i legami vengono creati a partire dai personaggi, dal contenuto e da qualsiasi altro elemento che connetta il testo ad un universo più ampio, praticamente sterminato, di risorse culturali. La cultura, per Barthes (1973), è caratterizzata da complesse reti intertestuali, "in which all text refer finally to each other and not to reality" (Fiske, 1987: 115). Il testo si apre ad un'infinita catena di legami intertestuali e, in questo modo, il significato fluttua, slitta continuamente, non è mai fissato in maniera definitiva. Sono i 'lettori' che stabilizzano il testo momentaneamente e in maniera differente, a secondo della situazione sociale in cui si trovano immersi.

L'intertestualità verticale riguarda invece testi che si riferiscono esplicitamente al testo primario. Fiske distingue tra testi secondari e testi terziari. I testi secondari sono testi prodotti professionalmente, come critiche, pubblicità, merchandising o contenuti extra. Promuovono il testo e, molto spesso, tentano di promuovere alcuni suoi specifici significati²⁵. Insieme, però, invitano le audience all'interpretazione attiva sia direttamente attraverso gli inviti alla

speculazione²⁶, sia involontariamente quando più testi secondari ingaggiano una battaglia ideologica sul significato del testo primario. Questo tipo di testo offre, inoltre, alle audiences una possibilità di appropriarsi dei significati del testo primario per loro più rilevanti e di promuoverli o renderli pubblici. “The choice of which Madonna T-shirt to buy... which article to read is... a way of circulating some meanings rather than others.” (Fiske, 1989a: 174) I testi secondari spesso diventano risorse per la creazione dei testi di terzo livello che sono quelli prodotti, oralmente e attraverso altri media, dalle audiences stesse. I testi di terzo livello danno forma ad un’interpretazione collettiva e non individuale; e inseriscono - lavorano il testo all’interno di discorsi sociali complessi e diversificati, producendone una versione più ‘adatta’ agli scopi del gruppo.

L’intertestualità, attraverso la moltitudine di relazioni che instaura, incrementa la polisemia del testo.

La *discriminazione popolare* riguarda, invece, la capacità del testo di istaurare relazioni con una moltitudine di audience diverse, in contesti diversi. Tra i tanti beni culturali prodotti solo alcuni riescono a divenire popolari, altri non ottengono l’attenzione delle audiences. La discriminazione popolare seleziona i testi in base a criteri funzionali più che estetici; ovvero, in base alla capacità di integrarsi nel tessuto della vita quotidiana e dargli senso. I principali criteri adoperati riguardano: *relevance* (pertinenza/interesse), *produttività semiotica*, e *flessibilità dei modi di consumo*. Questi criteri di selezione delle audiences, uniti all’estrema diversità delle soggettività e dei contesti sociali, costringono i testi della cultura popolare ad essere polisemici e flessibili. “The polysemic openness of popular text is required by social differences and is used to maintain, question, and think through those difference”. (ibidem: 30)

Alcuni dei media maggiormente diffusi nelle società tardo-capitaliste hanno, inoltre, caratteristiche intrinseche che li rendono

particolarmente polisemici. La televisione, ad esempio, è un flusso continuo e senza fine di contenuti segmentati. Il testo televisivo diviene ancora maggiormente variabile e polisemico grazie allo zapping. Queste caratteristiche fanno della televisione un testo particolarmente aperto.

Il *sociale* è, però, per Fiske, la forza che determina maggiormente i processi culturali e la pluralità di significati tratti da uno stesso testo. Il sociale influisce sulla soggettività delle audiences. Audiences non generiche e indeterminate, ma eterogenee e differenziate. Le società tardo-capitaliste sono complesse, stratificate e ricche di contraddizioni di potere. Le differenze sociali, lungi dallo scomparire, sono il tratto caratterizzante della 'post-modernità'. Gruppi frastagliati, reti incerte, scene culturali evanescenti, alleanze mutevoli si formano e disfano in un turbinio costante. Il sé si fa mutante, complesso, mobile e nomadico. Crea alleanze mutevoli e instabili a secondo della necessità e del desiderio del momento. "All these reformulation are made within a structure of power relations, all social allegiances have not only a sense of with whom, but also of against whom." (Fiske, 1989a: 24) Il sociale è conflittuale ed in magmatico divenire. Le audiences tardo-moderne, di conseguenza, sono difficilmente definibili perché ogni persona può essere in momenti diversi un soggetto differente, a secondo di quali alleanze sociali mutevoli vengono attivate nel processo di costruzione di significati e piaceri; di quale sé multiplo e stratificato viene convocato. Il soggetto può, a secondo del momento e delle determinazioni sociali che emergono, occupare uno spazio diverso in quel territorio vagamente determinato dove il senso nasce nel conflitto; e costruire, così, articolazioni diverse tra il sé ed i discorsi che cercano di dar senso all'esperienza.

I significati potenziali, contenuti nel testo, saranno fonte di piacere popolare proprio se offriranno materiali utili alla comprensione dell'esperienza sociale; che a sua volta è simile ad un testo e può acquisire significato solo attraverso i discorsi che il soggetto articola

con essa. Tra sociale e testuale c'è una forte interdipendenza. Entrambi producono senso solo attraverso complesse reti intertestuali. Entrambi sono solo parzialmente determinati. Entrambi lasciano al 'soggetto' uno spazio variabile, ma adeguato, perché possa creare differenti significati. Entrambi sono privi di significato se il soggetto non lo produce attivamente attraverso processi di articolazione tra discorsi e tra discorsi e pratiche sociali.

I significati e i piaceri popolari scaturiscono nel processo, nel momento in cui il soggetto nomadico e mutevole si articola con i significati potenziali, contenuti in una testualità, e se ne appropria per costruire un senso positivo del sé e della propria esperienza di vita. Accettare passivamente i significati dominanti, le definizioni del sé e del proprio posto nel mondo egemoniche, implicherebbe, per una persona in condizioni di subordinazione (people), accettare la propria subordinazione e rinunciare alla propria differenza.

Fiske trae un esempio illuminante di questo processo dagli studi, di Hodge e Tripp (1986), su una soap opera australiana ambientata in un carcere femminile, *Prisoner*. La fiction riscontrava un enorme successo tra gli studenti. Questi traevano attivamente senso dalla soap associando se stessi ai prigionieri, tramite la comune esperienza di subordinazione istituzionalizzata, e gli insegnanti ai carcerieri. Il legame tra scuola e prigione non era esplicito, veniva creato dagli studenti a partire dalle similitudini tra le due. Entrambe sono istituzioni che cercano di 'produrre' cittadini standardizzati in accordo con l'ideale normativo sociale, che non coincide con ciò che spesso i subordinati, su cui il potere disciplinare si esercita, pensano di essere o voler essere²⁷. *Prisoner* offriva materiali culturali grezzi attraverso cui gli studenti potevano dar senso alla propria esperienza di subordinazione, ma contemporaneamente 'rifiutarla'. Le prigioniere della soap cercavano di resistere al potere dell'istituzione sia sviluppando un proprio segreto linguaggio per comunicare, cosa comune anche tra gli studenti e che rappresenta un conflitto per il controllo culturale dello spazio implicato, sia

attraverso più aperte rivolte. La soap, inoltre, mostrava frequenti conflitti di potere/popolarità tra le prigioniere. Conflitti che permettevano agli studenti di articolare, non solo il conflitto con l'autorità sociale adulta, ma anche quella all'interno del gruppo dei pari.

Ri-articolando i contenuti; producendo la propria cultura al di fuori dei testi, dai materiali grezzi che ne traggono, le persone possono dar significato alla propria posizione di subordinazione, ma in opposizione all'ideologia in essi contenuta. "Semiotic resistance is the power of people in their various social formations of subordination and disempowerment to resist... The power to think differently, the power to make different sense of social experience, of oneself and one's social relations." (Fiske, 1989b: 179) La resistenza, per Fiske, è sì politica, ma è inestricabilmente legata e motivata dal piacere. "The pleasure of producing one's own meanings of social experience and the pleasure of avoiding the social discipline of the power bloc." (1989a: 47)

I piaceri tratti dalla partecipazione culturale rivestono un ruolo centrale, per lo studioso, nei processi multiformi di produzione di senso e differenza. I piaceri culturali e le dinamiche di potere, dominio e conflitto sono strettamente interrelati, si irritano-eccitano a vicenda.

Marcuse riteneva 'falsi' i piaceri e le libertà apparenti concessi dalle società contemporanee e stimolati dalle industrie culturali. La società, per l'autore, imprime nell'individuo, principalmente attraverso i media, valori culturali che comportano una repressione addizionale capace di apparire, attraverso 'falsi' bisogni e piaceri consumistici, come una maggiore libertà. "La gamma delle soddisfazioni socialmente permesse e desiderabili è stata molto ampliata, ma per loro tramite il principio di piacere viene ridotto, privato delle istanze inconciliabili con la società stabilita. Grazie a questo processo di adattamento, il piacere genera la sottomissione." (Marcuse, 1967: 94) Garnham (2000), più di

recente, ha posto l'accento sulle strategie attraverso cui i media tentano di organizzare e 'incanalare' i piaceri popolari, e sui fattori sociali che determinano l'accesso alle risorse culturali (ed ai piaceri ad esse connessi).

I piaceri popolari, per Fiske, al contrario, contengono sempre un elemento di resistenza - evasione ideologica. L'autore, non nega i tentativi di disciplinare i piaceri popolari da parte del potere egemonico e dei media, ma considera maggiormente determinanti l'esperienza sociale di subordinazione, i contesti di vita quotidiana, e le alleanze variabili e mobili formate dalle audiences. I piaceri popolari scaturiscono "at the interface between the power - bearing apparatus and the intransigent social experiences of the subordinated groups." (Fiske, 1989b: 183) Sono determinati dall'esperienza sociale di subordinazione e vengono creati attraverso strategie di evasione o resistenza, ma non possono esistere al di fuori delle, o in armonia con, le forze del potere egemonico e disciplinare. I subordinati, per trarre piacere, dalle proprie attività culturali devono rielaborare i testi per farli propri, mantenere viva la propria differenza ed evadere la disciplina. "There is no popular pleasure in being ideologically duped or hegemonically victimized." (ibidem: 183). Fiske riconosce che le audiences possono trarre piacere anche dall'allinearsi con l'egemonia, ma questi piaceri sono, per l'autore, minori (piacere del riconoscimento) e non appartengono al campo della cultura popolare. Sono piaceri che prendono forma nell'esercizio di potere sugli altri, o su se stessi (attraverso l'autodisciplina). Scaturiscono dal conformarsi al potere egemonico e riconoscersi in esso. Traggono piacere e orgoglio dal 'partecipare' a questa potere e dall'essere legittimati socialmente da esso. Sono piaceri egemonici attraverso cui la disciplina sociale viene interiorizzata – incarnata e l'egemonia vince il consenso di una parte dei subordinati. "They are antipopular, they are the safe, controlled pleasure that power tries to substitute for the dangerous, unpredictable one of the people." (Fiske, 1989a: 178) "Popular pleasure arise from the social allegiances formed by

subordinate people, they are bottom-up and thus must exist in some relationship of opposition to power... that attempts to discipline and control them.” (ibidem: 49)

Fiske, in teorizzazioni successive (1993, 1996b), riconosce maggior spazio ai piaceri derivanti dall'allinearsi alla disciplina sociale. Le alleanze sociali mutevoli e multiple di cui l'individuo è parte creano una situazione in cui la stessa persona, convocando un sé agente differente, in contesti e situazioni divergenti, può trarre piacere-potere sia accettando la norma disciplinare, sia opponendosi ad essa. Un operaio può, ad esempio, trarre piacere sul luogo di lavoro resistendo alla disciplina organizzativa e reinterpreta-ndo significati oppositivi dai contenuti del marketing interno. In una differente situazione, durante una discussione politica con conoscenti, può trarre piacere e senso nell'oppor-si più complessivamente all'ordine sociale; per poi in un secondo momento, discutendo di politica locale e criminalità, allinearsi piacevolmente alle norme di dominazione razziale. Allo stesso modo, l'accettazione della norma patriarcale può generare forme di piacere in famiglia.

La specifica alleanza, formazione sociale mutevole, e i significati e i piaceri convocati sono sempre situazionali-relazionali e dipendono fortemente dalla posizionalità sociale scelta nel contesto specifico e dalle relazioni di potere che in esso prendono forma. Il piacere di conformarsi alle discipline sociali è maggiore per individui in grado di accordarsi a queste in maniera più semplice, con minore sforzo, e ricevendone maggiori vantaggi o traendone un senso maggiormente positivo del sé. Un manager è sottoposto a pressioni disciplinari come un impiegato, ma in genere minori e riesce ad accordarsi a esse in maniera più semplice; ancor più, accettando la norma può trarre maggiore potere-piacere dalla situazione e un senso del sé positivo. Al contempo, un manager di sesso femminile avrà maggiori difficoltà ad accettare le definizioni di genere dominanti e trarrà meno potere, senso e piacere dal farlo. Le relazioni di potere, le situazioni specifiche, le alleanze mutevoli convocate determinano la

strategia di potere e piacere. La condizione diffusa di subordinazione e il desiderio di trarre un senso positivo di se stessi e della propria posizione nel mondo fanno sì, però, che i piaceri popolari hanno quasi sempre un qualche senso oppositivo-creativo o di evasione della disciplina sociale.

I piaceri popolari, per Fiske, esistono solo processualmente; all'interno delle pratiche, dei contesti e dei momenti in cui vengono prodotti; per questa ragione, sfuggono a qualsiasi tentativo di generalizzazione teorica o categorizzazione. I piaceri sono, spesso, personali ed unici, non analizzabili o descrivibili. L'autore individua, ciò nonostante, due tipologie principali di piaceri popolari: i piaceri derivanti dall'evasione – trasgressione della disciplina sociale e quelli derivanti dalla produzione di significati rilevanti e di differenza sociale. Fiske riprende una distinzione, effettuata da Barthes (1975), tra 'jouissance' e 'plaisir'. Jouissance ha a che fare con il corpo, l'estasi, la perdita del sé, l'evasione della cultura e delle ideologie. Plaisir non tenta di evadere l'ideologia; riguarda il relazionarsi con le strutture socio-culturali egemoniche. I piaceri produttivi (plaisir) sono maggiormente contraddittori, possono conformarsi al potere disciplinare o essere sovversivi; ma contengono, sempre elementi di empowerment, in quanto prodotti dalle persone e non passivamente accettati da esse.

Jouissance e plaisir sono strettamente connessi. "Evasive pleasure produce the energy and empowerment that underlie the production of meanings (possibly resistive) of self and of one's social relations that may eventually result in politically active resistance." (Fiske, 1989a: 55). La relazione non è, però, unidirezionale o consequenziale, le due tipologie di piaceri si intrecciano in maniere imprevedibili, disperse e multidirezionali. Jouissance e plaisir si ibridano, fondono e scontrano nella vita quotidiana delle persone (people). La soggettività nomade contemporanea "gode della consistenza del suo io (è il suo piacere)

e cerca la sua perdita (è il suo godimento). È un soggetto doppiamente scisso, doppiamente perverso.” (Barthes, 1999: 84)

La cultura è prodotta dalle persone (people). Nasce dall’articolazione tra soggetti e discorsi sociali, all’interno dei contesti diversificati, e stratificati, della vita quotidiana. La cultura popolare è coinvolta, e avvolta, nei conflitti micro-politici quotidiani, ancor più, che in quelli macro-politici. I piaceri produttivi sono piaceri quotidiani, che scaturiscono da quei momenti diffusi, e ordinari, in cui, “un testo in potenza (la testualità) e un soggetto in potenza (l’audience *estemporanea*, che si forma con alleanze mutevoli all’interno di una società strutturalmente determinata) si incontrano e si *connettono* tra loro, attraverso un processo di *articolazione* tra i significati, che il soggetto trova nel testo, e la loro attualizzazione/appropriazione, articolata entro gli spazi dell’intertestualità dell’esperienza sociale.” (Andò, 2007: 16). I piaceri di questo tipo derivano dalla produzione di significati socialmente pertinenti, fuori dai materiali che i testi mediali offrono. *Plaisir* “relies not on the meanings that are made, but on the power to make them, and an essential component of this power is the bottom-up power to make meaning in explicit resistance to the top-down power.” (Fiske, 1989a: 172) La produzione culturale offre, per Fiske, un doppio piacere alle audience: il piacere di produrre significati pertinenti alla propria situazione di subordinazione, in opposizione e contro il potere disciplinare; e il piacere di produrre questi significati, di essere coinvolto, produttivo.

“Pleasure results from a particular relationship between meanings and power. Pleasure for the subordinate is produced by the assertion of one’s social identity in resistance to, in independence of, or in negotiation with, the structure of domination.” (Fiske, 1987: 19) *Plaisir* scaturisce dalla produzione di significati del mondo, delle relazioni sociali e del sé che servano gli interessi degli attori sociali e non quelli del potere egemonico. La produzione di questi significati permette di asserire i propri ‘valori’, contro quelli

dominanti; di esperire la propria condizione di subordinazione dandogli un significato, ma senza accettare la definizione egemonica di essa. La differenza sociale produce la necessità di pensare in maniera divergente. La subordinazione quella di dargli un senso senza arrendersi, rassegnarsi ad essa; nel qual caso, accettando il significato dominante, si potrebbe avere solo una definizione negativa di se stessi. La produzione di significati rilevanti nelle differenti condizioni di subordinazione riproduce, conferma e genera differenza sociale significativa. Pensare in maniera divergente è l'esercizio di un potere/piacere, il potere di essere differenti e il piacere di non sottostare alla norma. Produrre i propri significati differenti e socialmente rilevanti permette, simultaneamente, di ottenere un senso di controllo sui significati e di partecipare ai processi culturali; da cui discendono una maggiore autostima e una sensazione di empowerment. "Popular pleasure, then, consist of both the producerly pleasure of making one's own culture and the offensive pleasures of resisting the structures of domination." (Fiske, 1989: 58)

Fiske individua due caratteristiche centrali dei piaceri, quotidiani e micro-politici, che scaturiscono dalla produttività semiotica (e che li differenziano parzialmente dalla *jouissance*). I piaceri produttivi (*plaisir*) riguardano la produzione di significati *rilevanti* e *funzionali*.

Bourdieu distingue tra atteggiamento estetico e popolare nei confronti della cultura e dell'arte. L'atteggiamento estetico (gusto legittimo²⁸) tende a "mettere tra parentesi la natura e la funzione" dell'arte e della cultura, coltiva il distacco ed esclude "qualsiasi reazione ingenua... per prendere in considerazione esclusivamente la forma della rappresentazione, lo stile." (1983: 52) L'atteggiamento estetico incarna "un rapporto complessivo nei confronti del mondo e degli altri... uno stile di vita, in cui si esprimono in forma irricognoscibile gli effetti di particolari condizioni

di esistenza” (ibidem: 53), caratterizzate dalla distanza oggettiva e soggettiva dalle necessità ‘materiali’, e su cui si fonda un atteggiamento di distacco verso i gruppi sottoposti a queste determinazioni. L’atteggiamento estetico prende forma nel “disconoscimento del mondo, e soprattutto del mondo sociale, che l’ethos borghese si attende da tutte le forme d’arte.” (ibidem: 19)

L’estetica popolare è sempre costretta a definirsi in relazione alle estetiche dominanti. Rifiuta la distanza estetica ed è proprio questo rifiuto (l’eccessiva vicinanza a cui si abbandona lo spettatore popolare) che ‘disgusta’ il ‘gusto puro’. L’estetica popolare si fonda “sull’affermazione della continuità tra arte e vita, che implica la subordinazione della forma alla funzione.” (ibidem: 34) Bourdieu definisce questo atteggiamento “materialismo spontaneo delle classi popolari”, una forma di edonismo scettico “che spinge a cogliere giorno per giorno le rare soddisfazioni, *i momenti favorevoli*, dell’immediato presente.” (ibidem: 191)

I materiali culturali, per essere accettati dalle classi popolari, devono, quindi, riuscire ad essere rilevanti e funzionali; e abilitare la partecipazione culturale. I significati prodotti, per essere rilevanti e quindi piacevoli, devono contenere sia le forze della dominazione che forme di resistenza ad essa; per potersi, così, articolare e conferire senso a: contesti sociali solcati da flussi di potere ed esperienze di vita subordinate. Questo comporta che, a differenza della *jouissance*, questa tipologia di piaceri può essere prodotta solo a partire dai materiali tratti da specifici testi che contengono sia le forze disciplinari, che opportunità di resistere – opporsi ad esse. Per essere funzionali, inoltre, questi significati devono essere utilizzabili nei contesti di vita quotidiana, ed essere capaci di incidere, turbare, portare ad una ristrutturazione attiva dei comportamenti e delle emozioni delle audiences. Il piacere popolare scaturisce dal riuscire a creare significati che abbiano una qualche importanza nella propria vita e conducano, stimolino, una ridefinizione - trasformazione soggettivamente e contestualmente ‘positiva’ ed efficace dei propri atteggiamenti, comportamenti ed emozioni.

Fiske trae un esempio illuminante, dei piaceri popolari produttivi, dalle attività di consumo, dall'utilizzo degli spazi offerti dai centri commerciali e dalle pratiche, culturali e sociali, legate allo shopping; di due categorie sociali: persone giovani e disoccupate, o di genere femminile. Lungi dall'abdicare al potere egemonico consumistico, queste due tipologie di acquirenti fanno degli spazi e delle occasioni culturali offerte dalle pratiche sociali di consumo un'occasione per produrre propri significati sociali, rilevanti nelle condizioni di subordinazione e assenza di potere in cui si trovano, e conquistare un certo controllo culturale e un qualche senso di empowerment.

I giovani privi di lavoro 'invadono' i centri commerciali, le cattedrali del capitalismo, e consumano gli spazi e le immagini senza acquistare niente. Da questa attività, che Pressdee²⁹ definisce 'proletarian shopping', i giovani disoccupati traggono significati oppositivi e piaceri. "The positive pleasure of parading up and down, of offending 'real' consumers and agents of law and order, of asserting their difference within, and different use of, the cathedral of consumerism became an oppositional cultural practice." (Fiske, 1989b: 17) I giovani proletari trasformano il proprio marchio di esclusione, la propria lettera scarlatta, in un segno di distinzione, di piacevole opposizione al sistema, volgendo a proprio vantaggio le regole del sistema.

Lo shopping femminile contiene molti elementi di opposizione – evasione dalla norma di genere. I centri commerciali rappresentano, storicamente, uno dei primi spazi pubblici dove una 'donna rispettabile' può recarsi da sola e uno dei pochi spazi, in cui, può esibire in pubblico le proprie competenze manageriali (gestione della casa e del bilancio familiare)³⁰; normalmente, relegate all'ambito domestico e devalutate. Lo shopping, per Bowlby, ha permesso alle 'donne' di uscire dalla ristretta sfera privata ed entrare nella sfera pubblica. Spendere i soldi degli 'uomini', inoltre, può essere visto come una 'protesta' verso le politiche di genere e i costumi matrimoniali. "To 'go out' and buy invokes a relative

emancipation in women's active role as consumers." (Bowlby, 1985: 22)

Lo shopping femminile, oltre a confondere le frontiere tra pubblico e privato, produce significati rilevanti, piaceri e una sensazione di empowerment. Nei sistemi capitalistici, la produzione è fuori dal controllo delle persone, che al contrario mantengono margini di controllo sui propri consumi. "Clothes, interiors, furniture, records, knick-knacks, all the things that we buy involve decisions and the exercise of our own judgment, choice, taste." (Williamson, 1988: 230) Il possesso è l' unica forma di controllo ammessa dal sistema, e attraverso le merci vengono formati i significati sociali del sé e delle relazioni sociali. Le merci attuali si configurano come un vero e proprio linguaggio al cui interno il significato di ognuna dipende dalle relazioni che intrattiene con le altre. "L'uomo ha bisogno di beni per comunicare con gli altri e per dare un senso a ciò che succede intorno a lui". (Douglas & Isherwod, 1984: 105) Il consumo è una pratica sociale attraverso cui diamo senso al flusso degli eventi, a noi stessi e ai rapporti sociali. Il consumo, e i gusti espressi attraverso esso, sono attività rituali che utilizzano beni per "creare e conservare i rapporti sociali". (ibidem: 67) "Il gusto è l'operatore pratico della trasformazione delle cose in segni distinti e distintivi... esso innalza le differenze inscritte nell'ordine fisico dei corpi all'ordine simbolico delle distinzioni significanti." (Bourdieu, 1983: 180) I gusti e gli atti di consumo creano significati e distinzioni sociali. I significati non sono 'contenuti' nelle merci in sé, ma creati socialmente attraverso il consumo; che si trasforma in "an empowerment moment", mediante cui guadagnare self-respect e trarre piacere dal mostrarsi, farsi vedere. "It would seem that self-display is for those denied social power, a performance of their ability to be different, of their power to construct their meanings from the resource of the system." (Fiske, 1989b: 29) Lo shopping femminile permette alle 'donne' di assumere il controllo del proprio corpo e dei suoi significati; e di trarre piacere dai nuovi significati prodotti,

dall'esibizione pubblica dei propri gusti e competenze, e dalla messa in forma e dall'ostentato sfoggio di uno stile assertivo. "Street fashion is often an attempt to subvert, create, provoke." (Williamson, 1988: 232)

Le pratiche di consumo di queste due categorie sociali (giovani disoccupati, 'donne') rendono evidenti, per Fiske, caratteristiche attribuibili, più in generale, ai consumi popolari. "Consumption is not necessary evidence of the desire for ownership of commodities for its own sake... but is rather a symptom of the need for control, for cultural autonomy and for security that economic system denies subordinated peoples." (Fiske, 1989b: 32) È proprio lo spazio aperto (per la soddisfazione di questi bisogni di controllo, autonomia, differenza sociale e sicurezza) dai raid guerriglieri, dalle alleanze mutevoli costituite dai subordinati, che fanno del consumo un'attività da cui è possibile trarre piacere.

La soggettività è, per Fiske, costituita all'intersezione tra discorsi sociali, alleanze mutevoli e risorse semiotiche dei testi; è quest'articolazione che determina i piaceri che si traggono dalla cultura. "'I' am the arena within which the discourses of my social life intersect and constitute 'me' and where they are brought to bear upon the discursive resources of the text in the practice of reading." (Fiske, 1989a: 59) È nell'atto di produzione dei significati, nelle articolazioni create tra testo, attori sociali e contesti quotidiani di vita che i piaceri popolari prendono forma. Le articolazioni create possono essere molte e differenti, anche diametralmente opposte. Un testo può, quindi, produrre piaceri diversi a partire dai differenti discorsi sociali, ed alleanze mutevoli, che vengono connessi con esso. I piaceri tratti dalla popular culture differiscono da persona a persona e da momento a momento per la stessa persona, a secondo dei discorsi e delle alleanze sociali attivate. "Pleasure may be *provoked* by the text, but it can only *experienced* by reader in the

reading. It can thus differ from reader to reader, and even from reading to reading.” (Fiske, 1987: 233)

I bambini aborigeni dell’Australia, studiati da Hodge e Tripp (1986), estraevano piacere e senso dai western occidentali ponendosi dalla parte degli indiani e dei neri. I piaceri e i significati che ne traevano differiscono, certamente, da quelli di chi si allinea alla visione dominante della ‘frontiera’ americana. Gli Aborigeni ricavano piaceri e significati, anche, dalla serie di film incentrati su Rambo. L’articolazione centrale, significativa, creata da questo sottogruppo delle audiences del franchisee connetteva il conflitto, tra il protagonista (vagamente ispanico, ‘scuro’, elemento che favoriva l’‘identificazione’) e gli ufficiali bianchi, alla propria condizione di subordinazione storica e di conflitto con il governo bianco dell’Australia. La fuga dei prigionieri era un’altra fonte di piacere per i bambini aborigeni, probabilmente vista l’alta incidenza nella popolazione di persone incarcerate. I piaceri tratti, ancora una volta, sono molto differenti da chi nel film scorge maggiormente l’elemento nazionalistico e patriottico.

La popular culture, prodotta dalle audiences fuori dalle risorse grezze offerte dai media, è processuale e complessa; ed altrettanto lo sono i piaceri che da essa scaturiscono. La popular culture “consists of a continuous movement between popular pleasures and their productivity, the construction of relevance between the producerly text and the reader’s immediate social situation, and a sense of empowerment that is transferable from the production of meanings to material social relations. This matrix of pleasure, relevance, and empowerment lies at the core of popular culture.” (ibidem: 66)

Il disagio, l’imbarazzo, tipico di molti piaceri popolari, per Fiske, dipende proprio dalla complessità della popular culture. Nasce dalla collisione di discorsi differenti all’interno di uno spazio culturale magmatico e solcato da poteri e desideri diversi. “The pleasure of liberating repressed or subordinate meanings can never be

experienced freely, but only in conflict with those force that seek to repress or subordinate them.” (Ibidem: 64) I tentativi disciplinari non sono abbastanza forti da riuscire ad escludere i piaceri popolari, ma questi, dovendosi definire in opposizione a discorsi che posseggono una forte legittimità sociale, contengono spesso, se no sempre, una dimensione di disagio, o imbarazzo. “Embarrassment is a popular pleasure because it contains the values of both the dominant and the subordinate, the disciplinary and the liberating.” (ibidem: 65) Il disagio è, simultaneamente, segno di piacere popolare resistivo e amplificatore di questo piacere, attraverso la coscienza, che gli concede, della propria capacità di resistere alle strategie disciplinari. Non può, però, mai sfuggire a queste; che, spesso, non lasciano alcuno spazio, alcuna giustificazione verbale, ai ‘guilty pleasures’ quotidiani delle audiences.

Il piacere popolare scaturisce, ed emerge, da un rapporto creativo e conflittuale instaurato tra potere egemonico e soggettività nomadiche. Creatività e conflitto lo contraddistinguono e lo definiscono. Senza creatività e senza conflitto non c’è piacere, ma sottomissione ed esclusione. Senza la collisione di potere/sapere disciplinare top-down e forze creative “grassroots”, non c’è piacere perché le audiences non possono costruire articolazioni significative con la propria esperienza di subordinazione. “The power/pleasure of the discourse to produce a historical single knowledge is fragmented in a multiplicity of pleasure as a multiplicity of resistance engage with it.” (Fiske, 1989b: 172)

I piaceri culturali scaturiscono non solo dai testi, ma anche dal modo in cui questi si inseriscono nella quotidianità delle persone. La serializzazione e la ripetizione, che costituiscono caratteristiche rilevanti della cultura popolare, sposano alla perfezione le routine quotidiane delle audiences, in particolare di quelle di genere femminile impegnate in lavori domestici. “The routines of popular culture... are voluntary; they are chosen, they are pleasurable. They thus provide a means of evading the sense of subjection to the

parallel, required, repressive routine of domestic labor. Routine lives require routine pleasures.” (Fiske, 1989a: 65) Una delle funzioni centrali delle forme culturali è quella di dare una ‘forma’ al tempo, renderlo esperibile e ‘sensato’. I media strutturano il tempo sociale e favoriscono l’acquisizione di una sensazione di piacevole controllo su di esso. “The routine pleasure of popular culture may derive... from the sense of chronological control it offers.” (ibidem: 66) I media, e i consumi culturali, possono essere usati, simultaneamente, per ricavarsi uno spazio-tempo personale, dedicato a sé stessi. I media favoriscono la fuga dalle routine domestiche, soprattutto se richiedono una discreta attenzione e concentrazione per essere fruiti. La lettura può essere analizzata non solo per i significati che produce, ma come ‘evento sociale situato’ in un contesto. In alcuni casi quest’evento sociale si può trasformare in un modo per costruire un proprio spazio, per ricavarsi del tempo dedicato a se stessi all’interno delle routine lavorative quotidiane, in una dichiarazione di indipendenza. La lettura di romanzi rosa, per le audiences femminili appassionate del genere, è una strategia di distacco dal contesto scioiale immediato e dal “compito psicologicamente gravoso ed emotivamente sfibrante di occuparsi dei bisogni fisici ed affettivi delle famiglie.” (Radaway, 1987: 91–92) Si trasforma in un momento in cui possono occuparsi dei propri bisogni, e in un atto di diniego e protesta. Simili usi dei media possono essere rintracciati nelle audiences più in generale. I lavoratori che consumano media di intrattenimento sul posto di lavoro, in un certo senso, adottano una strategia analoga. Il piacere dell’atto risiede fortemente, anche sé non totalmente, nel ricavarsi uno spazio personale e nello sfuggire agli obblighi lavorativi. Allo stesso modo, le persone che, dopo una giornata di lavoro, si ‘chiudono’ in una stanza, immergendosi in una qualche tipologia di consumo culturale, e non danno risposta alle pressanti richieste familiari, cercando di ammutolirle; stanno difendendo uno spazio proprio, in cui sperimentare rilassamento, divertimento e passioni,

escludendo il mondo esterno e rifiutando di immergersi nei doveri routinari quotidiani.

Questa tipologia di consumi culturali e di piaceri risiedono e si fondano, però, per Fiske, nell'evasione della disciplina sociale, quindi producono *jouissance*, non *plaisir*. I piaceri produttivi, che scaturiscono dall'uso dei media come strategia di 'fuga' dai contesti immediati di vita, derivano dai significati del sé e delle relazioni sociali di subordinazione che vengono prodotti in questi momenti di perdita del sé socialmente disciplinato e costruito. "The ability to experience the *jouissance* – like loss of self is interrelated with the *plaisir* of identity and meanings." (Fiske, 1989a: 55)

Jouissance è piacere che nasce e scaturisce dal corpo. È estasi dionisiaca, gioia dei sensi, beatitudine mistica, orgasmo. È "the pleasure of the body that occurs at the moment of the breakdown of the culture into nature." (ibidem: 50) *Jouissance* è la 'fuoriuscita' da se stessi e dalle regole che governano il sé disciplinato e produttivo. La perdita del sé è la trasgressione, l'evasione, della disciplina sociale. "The loss of self is... the evasion of ideology." (ibidem: 50)

Jouissance è il trionfo delle sensazioni del corpo sul senso, sul controllo culturale, sulla ragione produttiva. È la momentanea distruzione, il temporaneo sconvolgimento, dell'ordine culturale. "The orgasmic pleasure of the body out of control – the loss of self – is a pleasure of evasion, of escape from the self-control/social-control by which... 'men govern themselves and others'". (ibidem: 50-51) *Jouissance* è una fuga dal significato e dal senso, che riproducono sempre le forze sociali all'interno della soggettività; in quanto, costruire significati sociali implica la produzione, simultanea, di un significato del sé.

Corpo e Cultura

“Lo sforzo di tenere insieme l’io appartiene all’io in tutti i suoi stadi, e la tentazione di perderlo è sempre stata congiunta alla cieca decisione di conservarlo”.
(Horkheimer & Adorno, 1947: 41)

Il corpo e il sé sono siti conflittuali di produzione di senso. Il potere e il piacere scaturiscono, nelle società tardo-moderne, sempre più di frequente, dall’articolazione conflittuale e negoziale di corpi e discorsi disciplinari, dalla normalizzazione di questi e dallo sfuggire allo sguardo disciplinare, evaderlo, dei corpi mutanti e in transito.

Barthes utilizzando la metafora dell’orgasmo, dell’estasi, per riferirsi ai piaceri culturali, pone al centro dell’attenzione il corpo del lettore. ‘Leggere con il corpo’, non con la ‘mente’, si riferisce alle reazioni fisiche, corporali, del lettore “to the body of text, its physical signifiers, not its conceptual/ideological/connotative signified.” (Fiske, 1989a: 51) Il testo, per Barthes, è “un oggetto feticcio e *questo feticcio mi desidera*.” (1999: 94) Il rapporto testo-lettore è un rapporto di sensuale desiderio reciproco mediante cui scaturisce il piacere. Il godimento “non ha probabilità di venire se non con il nuovo assoluto, perché solo il nuovo percuote la coscienza.” (ibidem: 105)

Jouissance, godimento, estasi scaturiscono dalle dimensioni ‘non culturali’ dei processi di significazione; e derivano dal gioco dei significanti, dal voluttuoso perdersi in essi. È l’estetica che si fonde con l’erotismo, il senso “in quanto prodotto sensualmente” (ibidem: 122). “*Jouissance* is not a quality of the text... it occurs in the body of reader at the moment of reading when text and reader erotically lose their separate identities and become a new, momentarily produced body that is theirs and theirs alone, that defies meanings or discipline.” (Fiske, 1989a: 51) *Jouissance* dipende dal contesto e dal momento; lo stesso testo, in un momento e in un contesto

differenti, possono non riuscire a provocare tale esperienza in un medesimo lettore.

La concezione di Barthes dei piaceri orgasmici del corpo è intima, personale; altri autori offrono una analisi maggiormente inscritta nelle dinamiche sociali. Bourdieu ritiene che la distanza estetica, di stampo borghese, si fonda principalmente sul disgusto per il corpo e le sue facili sensazioni. Il corpo, per il gusto 'puro', è il sito dei gusti impuri, facili, del godimento animale che distrugge la 'purezza' della bellezza e rende schiave le persone. Il gusto popolare reagisce rovesciando la distanza estetica, in partecipazione fisica ed emotiva. Risponde "al partito della *sublimazione* con un partito preso per la *riduzione... degradazione...* mettendo a testa in giù tutti i 'valori' in cui si riconosce e fa valere il carattere sublime dei dominanti, con il ricorso all'osceno e alla scatologia... riduce i piaceri distinti dell'anima alle soddisfazioni comuni del ventre e del sesso." (1983: 490)

Il corpo, i piaceri sensibili (volgari), l'eccesso, il 'cattivo' gusto, l'inversione dell'ordine sociale, il grottesco sono, per Bakhtin, caratteristiche centrali del carnevale e della cultura del popolo, più in generale. La cultura popolare nasce dalla collisione di due linguaggi: quello 'elevato', della cultura ufficiale e del potere, e quello 'basso', il linguaggio vernacolare del popolo (people). Bakhtin individua tre forme principali nella folk culture: *ritual spectacles*, ovvero carnevale, feste popolari, spettacoli comici da mercato; *comic verbal composition*, sia scritte che orali; e vari generi di *giochi di parole*, bestemmie, imprecazioni, soprannomi. Queste forme ibride tendono a contaminarsi e a trovare piena espressione nel carnevale.

Il carnevale è un luogo altro, fuori dal mondo ordinario. "Carnival celebrates temporary liberation from the prevailing truth and from the established order; it marked the suspension of all hierarchical rank, privileges, norms and prohibition." (Bakhtin, 1968: 10) Il carnevale libera dalle costrizioni quotidiane, mette sotto sopra il mondo, sconvolge ogni regola. Scatena la creatività popolare e offre

una piacevole e giocosa libertà. È interstiziale, prende caotica forma “to the borderline between art and life. In reality, it is life, but shaped according to a certain pattern of play.” (ibidem: 6) Il carnevale è eccessivo, irriverente, scandaloso, degrada ogni cosa riportandola ai suoi aspetti più ‘materiali’, ‘bassi’. Bakhtin definisce lo stile di rappresentazione presente nel carnevale come ‘grotesque realism’. “The essential principle of grotesque realism is degradation, that is, the lowering of all is high, spiritual, ideal abstract; it is a transfer to the material level, to the sphere of earth and body in their indissoluble unity.” (Bakhtin, 1994: 205) Il grottesco bandisce la serietà, la bellezza, la disciplina, l’insicurezza, la morte. È la celebrazione della vitalità corporale. “All that was terrifying becomes grotesque.” (ibidem: 209) Il carnevale e il grottesco glorificano la sensualità della vita, i piaceri sensibili, l’effervescenza vitalistica del popolo. “Carnival with all its images, indecencies, and curses affirms the people’s immortal³¹, indestructible character. In the world of carnival the awareness of the people’s immortality is combined with the realization that established authority and truth are relative.” (ibidem: 226)

L’inversione carnevalesca proclama la falsità di ogni pomposa ‘verità’ e la caducità del potere, mentre magnifica il corpo grottesco, incompleto, in divenire, immortale. “The material bodily principle is contained not in the biological individual, not in the bourgeois ego, but in the people, a people who are continually growing and renewed. This is why all that is bodily becomes grandiose, exasperated, immeasurable.” (ibidem: 205) Il corpo si fa rappresentazione del sociale, al suo livello materiale, in cui, tutti sono uguali e i privilegi e i ranghi gerarchici non contano. “The degradation of carnival is literally a bringing down of all to equality of the body principle.” (Fiske, 1989a: 83)

Il carnevale libera il corpo dalle sue catene. Il corpo momentaneamente fugge dalle definizioni, evade la disciplina e i controlli del potere, abbandona lo stesso tirannico soggetto ed esperisce un momento di carnevalesca libertà, di *jouissance*, di

estasi, di comunione con il mondo. “The body transgress here its own limits... The grotesque body... is a body in the act of becoming. It is never finished, never completed; it is continually built, created, and builds and creates another body. Moreover, the body swallows the world and is itself swallowed by the world.” (Bakhtin, 1994: 228–237)

Fiske individua elementi tipici del carnevalesco e del grottesco in molte pratiche culturali contemporanee. Il wrestling, ad es., è un carnevale televisivo; tutte e tre le forme culturali individuate da Bakhtin sono presenti in esso. Il carnevalesco, per l'autore, non è, però, confinato ad una sola tipologia di testi: se ne rintracciano elementi in molti generi e spesso anche in singoli momenti all'interno dei testi; in particolare, in quelli che si fondano maggiormente su forme eccessive, pure, di spettacolo. “The spectacular involves an exaggeration of the pleasure of looking. It exaggerates the visible, magnifies and foregrounds the surface appearance, and refuses meanings or depth.” (Fiske, 1989a: 84) L'esagerazione, l'iperbole, l'eccesso, il rifiuto della profondità sono caratteristiche tipiche, anche, del grottesco. Il grottesco e lo spettacolo rifiutando il senso aulico e la profondità, fanno appello al sensibile, al corpo. “When the object is pure spectacle, it works only on the physical senses, the body of spectator, not in the construction of a subject. “Spectacle liberates from subjectivity.” (ibidem: 84) La perdita del sé, la fuga dalla soggettività e dalla disciplina sociale, conduce alla *jouissance*, al piacere del godimento fisico.

Molte forme culturali contemporanee (pubblicità, video musicali, entertainment, talk show, convention politiche, etc.) contengono elementi spettacolari che potenzialmente possono favorire il godimento fisico. Non è necessario che l'intero testo sia caratterizzato da elementi eccessivi, spettacolari, iperbolici; sono sufficienti anche dei piccoli segmenti. Miami Vice, ad es., ha una sua struttura narrativa ben delineata che favorisce la produzione di

significati, non il godimento fisico. Lo stile visivo ‘eccessivo’ e, soprattutto, alcuni segmenti che interrompono la narrazione e si concentrano sull’esibizione di corse in auto di lusso, accompagnate da musiche ‘oniriche’ e frammenti di corpi sensuali; possono, però, favorire l’emergere di forme di *jouissance*. “The fast editing, the dislocation of narrative sequence, the disruption of the diegesis may produce the sensation of fragmentariness, of images remaining signifiers, of the signifieds being not sold, but swamped, by the sensualities, of the physical uniqueness of experience rather than its meanings.” (Fiske, 1987: 260)

La centralità del corpo, e di forme culturali spettacolari ed eccessive, non si ferma ai testi mediali; riveste un’importanza, ancora, maggiore nelle pratiche delle audiences. Il corpo è un medium particolarmente adatto per comunicare l’esperienza di subordinazione. Rifiutando di essere estetizzato in conformità con le regole del potere disciplinare, attraverso l’esagerazione spettacolare, l’eccesso, porta una minaccia alle categorie prestabilite. Il corpo spettacolarizzato “is essentially liberating, acting as an empowering language for the subordinate. Its similarities to carnival lie in its insistence on the materiality of the signifier, in its excessiveness, its ability to offend good taste.” (ibidem: 249) Il corpo rifiuta la bellezza preconfezionata, la fissità e l’immutabilità; si apre al mondo e al divenire. Si impegna in un gioco di segni privi di significati prestabiliti. “The post-modern style produces the pleasures of the surface, of body, of the liberation from the social, the contextual, and sense.” (ibidem: 255) Il corpo post-moderno gioca con i codici e trae piacere nel romperli, rimescolarli, farli scivolare. Il gioco di segni si trasforma in un gioco di sguardi sensualizzati e di ibridazioni esperienziali. I corpi spettacolarizzati si attraggono e sconvolgono, in un rimando senza fine che li spinge al di là di un senso stabile. Le performance spettacolari invocano lo sguardo e la perdita del sé fisso e immutabile. I corpi si trasformano in interfacce metamorfiche per

connettersi a spazi in movimento. Transitare, vagare, mutare per liberare passioni sopite, esplorare i limiti e scrollarsi di dosso un'identità monolitica e oppressivamente prefabbricata. La metropoli si fa vertigine e si incarna in corpi estetici. L'individuo scisso, molteplice, metamorfico, opaco a se stesso, desidera perdersi in mille maschere e performance liberatorie, così da ridestare, attraverso infiniti transiti trasformativi e mutazioni, le proprie passioni sopite³². L'estasi orgiastica di Dioniso si fa quotidiana ricerca di piacere e godimento. È il carnevale dei corpi metropolitani. Il feticismo animista della merce incorporato. Il sex appeal dell'inorganico che si fa carne ed estasi. Lo spettacolo diffuso delle performance.

La performance instabile e situazionale si incarna in stili di vita, almeno parzialmente, maggiormente stabili e codificati. Lo stile, come si è visto è il linguaggio segreto delle subculture. Attraverso il proprio stile spettacolare, queste rendono evidente l'arbitrarietà di ogni codice ideologico e creano un rumore semantico; comunicano una differenza significativa che è la matrice di generazione dell'intera subcultura. Attraverso il 'terrore' simbolico, e la devianza sociale e sessuale, comunicano la propria opposizione al sistema, i propri significati proibiti.

Lo stile innaturale e spettacolare, evidentemente fabbricato, si è gradualmente diffuso come mezzo mediante cui comunicare la propria personale differenza, la propria identità. Fiske, studiando le giovani fan di Madonna, nota che l'attenzione al 'look' non ha a che fare solamente con l'importanza delle apparenze; è, piuttosto, un modo per costruire un'identità sociale. Adottando lo stile della cantante, "they are aligning themselves with a source of power... The sense of empowerment that Madonna offers is inextricably connected with the pleasure of exerting some control over the meanings of self, of sexuality, and of one's social relations." (Fiske, 1989b: 101-102)

La differenza tra lo stile subculturale e lo stile delle giovani fan di Madonna non risiede nella sostanza dell'appropriazione simbolica, ma nel grado di parziale accettazione dei discorsi sociali che circolano nel periodo. Fiske, ad es., ritiene che le subculture siano una nuova forma radicalizzata di folk culture. Non riuscendo a trovare materiali adatti alla propria esperienza sociale nella popular culture, devono crearne una propria. Questa concezione genera diverse difficoltà, però, e soprattutto non tiene conto dei legami tra popular culture e subculture. Le subculture e le fan culture non sono, così, diametralmente opposte o differenti. Entrambi i fenomeni riguardano l'appropriazione di segni e simboli sociali, la loro de-contestualizzazione e l'attribuzione di nuovi significati. Le subculture, in genere, effettuano dei cut up più estremi, mentre le giovani fan di Madonna la liberano dai significati più strettamente ideologici e si riappropriano dei suoi simboli, ritrovandosi in essi con maggiore facilità. Le subculture, inoltre, generalmente nascono come fenomeni maggiormente complessivi, con un framing culturale più ampio e meno focalizzato; riguardano potenzialmente ogni aspetto dell'esistenza. Le fan culture nascono con interessi maggiormente focalizzati e riguardano un numero minore di aspetti, ma possono nel tempo arrivare a comprendere una gamma di campi dell'esperienza ugualmente comprensiva. Le subculture hanno sempre aspetti del fandom e le fan culture sono sempre parzialmente subculturali. Le subculture 'sono', si rappresentano e vengono rappresentate, come maggiormente oppositive. La differenza è sottile e va sempre più scomparendo.³³

Gli stili di strada tentano di trasformare le merci in puri segni, lasciando indietro i loro significati ideologici. I nuovi segni liberati dall'ideologia non significano necessariamente qualcosa; è la liberazione del segno dall'ideologia in sé che comunica un'analogia libertà di chi lo utilizza. "It signifies the power (however hard to struggle to attain it) of the subordinate to exert some control in the cultural process of making meanings." (Fiske, 1989b: 107)

Lo stile ha profonde connessioni con la creazione, negoziazione ed espressione di un'identità sociale. L'identità emerge in relazione all'altro, tramite processi di negoziazione simbolica e conflitto. L'individuo desidera costruire una propria identità distintiva e soggettivamente soddisfacente, ma deve sempre fare i conti con le costrizioni sociali. Costrizioni che derivano dal tentativo dei discorsi sociali di creare le soggettività più adatte alla riproduzione del sistema³⁴; di incidersi sui corpi, produrli e normalizzarli. L'identità si forma attraverso l'espressione di essa, negli spazi più o meno determinati dai discorsi sociali. E' una narrativizzazione di sé. A cui, lo sguardo altrui reagisce; accettando la definizione data, imponendone una diversa o negoziando una definizione ibrida. È un processo in divenire fatto di performance espressive.

“Subjectivity collapses into the body.” (Fiske, 1989b: 107) Il corpo si fa panorama (bodyscape), per poter accogliere su di sé i segni e le merci culturali che esprimano la propria instabile e mutevole maschera. “Si può considerare la gente come impegnata in un complesso gioco di segni (sign play) che mima e vibra in sintonia con l'eccesso di segni in un ambiente tutto edificato” (Featherstone, 1991: 141). I corpi si trasformano in interfacce metamorfiche per connettersi a spazi in movimento. Lo stile di vita tende a configurarsi come una “stilizzazione attiva della vita in cui coerenza ed unità cedono il passo alla piacevole esplorazione di esperienze transitorie e di effetti estetici di superficie.” (ibidem: 135) La soggettività si fa multidirezionale, “composta di strati multipli, scelte incontri, tensioni, ripensamenti, azioni, ribellioni. L'identità è una prospettiva mobile.” (Alfano Miglietti, 1997: 64–65). La tendenza verso soggettività più complesse e stili di vita più personali deve, però, essere temperata perché “le differenze devono essere riconosciute e legittimate socialmente”. (Featherstone, 1991: 126)

Il dress-code è la matrice di generazione dello stile spettacolare e personale. “Dress-Code è un grappolo di attrattori³⁵” che “ti incarna come soggetto in quel momento, in quel posto, con quelle persone:

dress-code come cosmogonia.” “Nel mettere insieme dress e code si sottolinea una pragmatica del corpo che si modifica, si costruisce, si risignifica attraverso continue e oscillanti scelte da parte di un soggetto mutante e molteplice, nella sua relazione costitutiva e temporanea con il contesto all’interno del quale espone tale pragmatica comunicazionale” (Canevacci, 2007: 23–24) I Dress code, per Pistilli, sono “‘codici del vestire’, veri e propri condensati di informazione, matrici di generazione di tutte le forme di stilizzazione, fashion design, cosmesi, trasformazioni corporali, attraverso i quali il corpo mette in atto le sue tattiche di incorporazione culturale.” (Pistilli, 2005: 13) “I dress code sono oggetti d’informazione, idee incarnate nelle forme. Qui i segni non hanno quasi mai un significato codificato... Non hanno un’essenza in grado di prescrivere direttrici di significato.” Ma, contemporaneamente, il dress code “stabilisce una convenzionalizzazione di segno e crea una percezione comune di come leggere i segnali”. (ibidem: 27) Il dress code è, di per sé, ambivalente; insegue l’“assoluta originalità” del Self Fashioning e la necessità di comunicare, quindi di condividere e diffondersi. È una pratica in divenire, mai conclusa, di continua risignificazione e rimescolamento di senso; di continua assunzione di una maschera temporanea, che scivola velocemente attraverso un nuovo spazio metropolitano. I significati sono continuamente elaborati e stravolti, ma insieme tendono, anche, a fissarsi in stili di vita minimamente più stabili.

Gli stili di vita sono un “insieme di valori, atteggiamenti, opinioni e comportamenti che manifestano l’unicità della personalità del soggetto nella sua globalità.” (Codeluppi, 1992: 54) Nelle metropoli odierne lo stile di vita è una metafora usurata. I corpi tendono sempre più a farsi incarnazione personale. “Nessuna regola, solo scelte” è il grido di battaglia di Stuart & Elizabeth Ewen (1982). Così diverso dalla secca affermazione di Benjamin: “la moda stabilisce di volta in volta il parametro... dell’immedesimazione”. (2000: 398)

I bodyscape post-moderni attingono alla moda, alla pubblicità, alla merce estetizzata; ma rimescolandone i codici e i significati in maniere imprevedibili, che creano percorsi di contagio e trasformazione del tutto non replicabili. I bodyscape si fanno montaggio irripetibile ed unico, in continua trasformazione, per esprimere il senso del sé del momento che nasce, nel luogo dell'ora, in connessione con bodyscape altrettanto cangianti. Ma, ancor più, si trasformano per esperire una nuova identità temporanea, un nuovo modo di essere, una nuova esperienza sensoriale, una nuova location o una nuova merce animata e perturbante. "I dress code appaiono sempre più come generatori di senso con una spiccata tendenza operativa. L'attenzione si sposta dalla pratica rappresentativa a quella progettuale, performativa" (Pistilli, 2005: 43)

Le performance non sono mai, però, completamente libere devono avvenire all'interno di griglie di intelligibilità; mediano tra ideali normativi e appropriazione personale. Dipendono dai discorsi sociali che circolano in un determinato contesto e che tentano di dar forma alle soggettività sociali.

Il continuo rimescolamento degli stili di vita corrisponde, in parte, al desiderio delle persone di produrre significati e identità propri e differenti; e, in parte, incrocia e sposa gli interessi dell'industria per un'obsolescenza rapida delle merci e per continui processi di innovazione. Si crea un flusso spiroidale, fluido e continuo, tra significati prodotti localmente e reinserimento di questi in più ampi circuiti di consumo, che stimola, a sua volta, la produzione di nuovi significati al fine di tener viva una differenza significativa, prodotta ed esperita dall'individuo. La metafora artistica, usata da Hebdige³⁶, si adatta bene al nuovo contesto, anche continuando a portare con sé delle distorsioni. Rottura dei codici consolidati, accettazione e diffusione del nuovo codice, nuova rottura. I percorsi si fanno meno omogenei, le contaminazioni difficili da individuarsi, i flussi più contorti, le rotture meno politiche e maggiormente legate al

piacere, alla distinzione sociale e all'esperienza. Al fondo resta, però, una dinamica culturale sospesa tra due momenti che si intrecciano ed ibridano: produzione continua di differenti stili, più o meno spettacolari, che tendono ad incarnare la persone sottolineandone le, 'reali' o 'immaginarie', differenze; e produzione continua di merci culturali che tentano di incrociare questa differenza e 'ordinarla', porla al servizio del sistema da cui tenta, anche inconsapevolmente, di sfuggire.

Il corpo è al centro di un'altra pratica culturale complessa che fonde e ibrida identità, merci e testi mediali; connessa alla stile, ma insieme profondamente differente. Il Cosplay è la pratica di indossare costumi ed impersonare personaggi dei propri testi mediali preferiti o star (icone immortali). L'"estetica popolare" si fonda "sull'affermazione della continuità tra arte e vita... lo spettacolo popolare è quello che produce in modo inseparabile la partecipazione individuale dello spettatore allo spettacolo e la partecipazione collettiva alla festa di cui lo spettacolo costituisce l'occasione." (Bourdieu, 1983: 34-36) Il Cosplay avvicina l'arte alla vita e trasforma la vita in arte, insieme da vita e prende vita all'interno di spazi dedicati alla festa e al tempo libero (in genere è praticato alle convention di fan o in parchi e strade pubbliche).

Il Cosplay, per Hills, è una forma di 'performative consumption'. "The internal contradictions of the commodity are re-enacted through cult fans-as-impersonators' acts of performative consumption³⁷." (Hills, 2002) Il cosplay non è, per l'autore, una perdita completa di se stessi nell'altro, nella star o personaggio interpretato. I cosplayers usano la star o il personaggio come un veicolo, un medium, per esprimere se stessi; attraverso la performance occupano uno spazio da cui poter prendere la parola. "The impersonator's 'loss of self' is ultimately an expansion of self; it is only by passing through moment of self-absence that our sense of self can be re-narrated and expanded." (ibidem: 167)

Il Cosplay è, anche per Jenkins, una performance culturale riflessiva che permette di giocare con la propria identità. Il gioco di ruolo consente ai giovani performer “to become the person they want to be rather than simply satisfying adult demands or accepting the often unwelcome identities projected upon them at school.” (Jenkins, 2006b) Il cosplay coinvolge complicate attività di appropriazione e produzione non solo simbolica, ma anche ‘materiale’. “The costumes and makeup are elaborate, richly detailed, and for the most part, home crafted.” (ibidem) E i cosplayers spesso dispongono di più costumi e interpretano più personaggi; che riflettono diverse sfaccettature della propria personalità, e aiutano a riflettere su di essa. Nella pratica si confondono e ibridano sviluppo riflessivo di un’identità personale, gioco, spettacolo e ricerca di visibilità. Molti cosplayers sottolineano l’importanza di recitare, di essere al centro dell’attenzione e di essere fotografati. “Many of them spent a good deal of time posing for pictures being taken not simply by tourists but also by their fellow fans; these pictures are being recorded by cell phone, camcorder, or digital cameras and many of them soon to be distributed via the web.” (ibidem) Il cosplayers trascende la dimensione locale e ottiene visibilità potenzialmente globale.

Il bodyscape, il corpo come mezzo di comunicazione, è da sempre una realtà umana ineludibile. La prima modernità, almeno nelle sue versioni ufficiali e socialmente visibili, aveva imposto una cappa normalizzatrice e respinto ai margini la corporeità. La ‘post-modernità’ riporta alla ribalta la carne e l’immagine. O forse più propriamente, diffonde ulteriormente la preoccupazione estetica in ogni strato sociale. La rivoluzione digitale amplifica il processo e causa una rottura decisiva. Il corpo come medium ha sempre sofferto di ‘limitata’ diffusione, la sua influenza si esercitava solo negli ambiti ristretti della presenza spazio - temporale³⁸. I successivi sviluppi tecnologici hanno sì amplificato la sua portata, ma in maniera limitata³⁹. Ad inizio Novecento non era così inusuale,

all'interno di comunità migranti, sposare qualcuno dopo essersi scambiati delle lettere e, se possibile, non sempre, una fotografia. Oggi il corpo rimbalza sugli schermi digitali e invade ogni spazio di comunicazione. Le reti digitali e mobili lungi dal disincarnare l'individuo lo incarnano in modo nuovo. L'immagine e il corpo vengono riprodotte, scambiate e ri-scambiate in maniera quasi ossessiva; ogni più piccola modifica di stato del bodyscape va immortalata e condivisa.⁴⁰

Il corpo viene trasformato dall'interconnessione con i media e dall'incorporazione dei media, e insieme si trasforma a sua volta in uno dei più diffusi ed utilizzati media, parte fondante dei circuiti culturali e luogo primario della sperimentazione, costruzione ed espressione dell'identità.

Il corpo è, sempre più, spazio di conflitto tra discorsi sociali che cercano di iscriversi su di esso e desideri contrastanti di senso, differenza, piacere-potere.

Fan

“Anche la lotta verso la cima basta a riempire il cuore di un uomo. Bisogna immaginare Sisifo felice.”
(Camus, 2001: 121)

“Una volta leggevamo pornografia, ora siamo passati ad arredomania.” (Palahniuk, C. *The Fight Club*. 1996)

Il corpo, spazio di conflitto e piacere, assume un ruolo centrale nelle pratiche produttive (semiotiche, enunciative e testuali) dei Fan. I processi culturali e le dinamiche relazionali delle comunità di Fan sono, però, maggiormente contrassegnate, solitamente, da: un’attenta selezione dei testi oggetto di culto; dalla loro re-interpretazione individuale e relazionale tramite discussioni su di essi; e dalla produzione di nuovi testi e artefatti culturali connessi all’universo narrativo originario.

L’universo narrativo scelto dai Fan possiede, in genere, caratteristiche proprie che stimolano e favoriscono l’investimento emotivo e partecipativo da parte degli attori sociali, ma viene selezionato dalle audiences tra i molti artefatti culturali disponibili. I testi cult nascono sempre per un investimento soggettivo da parte dei fan. Non esiste un testo che di per sé può (è destinato a) diventare un cult: sono i fan che lo trasformano in tale. Alcuni testi, però, hanno caratteristiche che li rendono particolarmente adatti a questo processo di valorizzazione.

Eco (1995) ha individuato tre proprietà fondamentali dei testi che ne favoriscono la trasformazione in oggetto cult: la costruzione di un intero mondo narrativo; la ‘dethachability’ ovvero la possibilità di trarre dal testo facilmente testi e scene singole; e la ‘living textuality’ ovvero l’assenza di un forte potere disciplinare dell’autore, l’essere un testo composto da molti testi.

Hills⁴¹ riconsidera e rivede i concetti elaborati da Eco per tentare di individuare alcune caratteristiche dei beni culturali che ne

favoriscono la selezione. È, ad es., convinto che la figura dell'autore riveste un ruolo centrale nell'elevazione contemporanea di un testo a cult. La ricostruzione della figura dell'autore è una strategia di valorizzazione. Attraverso il ricorso a questa figura tipicamente centrale nell'arte, distingue il testo prescelto dalla 'massa' dei prodotti culturali, che si presumono sviluppati sulla base di linee guida industriali e prive di un autore specifico. La seconda caratteristica, individuata da Hills, è definita 'endlessly deferred narrative' e riguarda la capacità della narrativa testuale di svilupparsi senza fine intorno ad un 'problema' centrale o ad una serie di problemi collegati. "It... offers the drip-feed of piecemeal revelation and the persistent opening up of further speculation." (Hills, 2002) L'autore sottolinea che un testo non finito, spesso, è particolarmente adatto a generare fenomeni di cult fandom, proprio, per il suo non chiudere mai le questioni aperte e suscitate. L'ultima caratteristica è definita 'Hyperdiegesis' e riguarda la creazione di mondi narrativi vasti e dettagliati, di cui viene esplorata solo una parte nei testi ufficiali. Queste caratteristiche rendono gli artefatti culturali cult testi particolarmente produttivi che invocano la speculazione, la continua riscrittura e il completamento da parte dei fan.

I testi che i fan scelgono sono, per Jenkins e Fiske, testi pieni di 'buchi', insufficienti, che richiedono continuamente la produzione di significati da parte della audiences. Jenkins nota, inoltre, che i testi per essere scelti, devono integrarsi facilmente nelle precedenti attività della fan culture. "The attractiveness of these texts originate at least partially from their relevance to pre-existing modes of fan culture." (Jenkins, 1992a: 90)

Il fandom, per Fiske, è una forma di popular culture più intensa. Fan e audience "ordinaria" differiscono non per tipologia di attività e comportamenti, ma per grado, intensità. "Fans are excessive readers: Fan texts are excessively popular. Being a fan involves active, enthusiastic, partisan, participatory engagement whit the

text.” (Fiske, 1989a: 147) I Fan sono lettori particolarmente indisciplinati; rigettano del tutto la distanza estetica di stampo borghese. Desiderano fortemente partecipare; abbattere la barriera che li separa dal testo, dal performer, dalla squadra, dal politico che è oggetto della loro passione. L’oggetto del fandom viene strettamente connesso alla vita quotidiana del fan, che sente di ‘possederlo’.

I fan discriminano nettamente tra i testi che sono oggetto di interesse e quelli che non lo sono. La discriminazione testuale si trasforma in distinzione sociale. I confini tra fan e non-fan sono tenuti in piedi da entrambi i lati; i non-fan si tengono alla larga dalle connotazioni negative associate all’attività e i fan delimitano la ‘comunità’. I fan creano, infatti, legami sociali più forti rispetto alle audiences ‘ordinarie’, tanto che le relazioni sociali sono una delle motivazioni primarie per la partecipazione alle attività della comunità.

I fan sono ‘bracconieri’ testuali, rubano la materia prima, da cui costruiscono la propria cultura, dai testi dell’industria culturale. Il bracconaggio, per Jenkins (che reinterpreta de Certeau (1984)), è “un impertinente ‘raid’ nella ‘riserva’ letteraria che porta via soltanto quel che sembra utile o piacevole al lettore.” (Jenkins, 1988: 35) I fan costruiscono la propria identità culturale e sociale mediante questi furti e, in questo modo, riescono a produrre significati spesso non presenti nei media. I fan portano il testo a contatto con la propria vita quotidiana, desiderano quasi penetrarci dentro e spesso si rivolgono ai personaggi come fossero reali, mostrando un intenso attaccamento emotivo; ma insieme sono spesso tra i più critici ‘spettatori’ di un programma. “Fan viewers watch television text with close and undivided attention, a mixture of emotional proximity and critical distance.” (Jenkins, 1992a: 279) Il fandom è un’attività sociale strutturata, per l’autore, in modo non dissimile dalla critica accademica. È proprio questo applicare a testi

della popular culture un'attenzione 'eccessiva', non appropriata, che fa dei fan una categoria scandalosa.

Produzione culturale e creazione di una comunità sociale alternativa caratterizzano il fenomeno. I fan "tentano di costruire la loro cultura all'interno delle spaccature e dei margini dei testi circolanti in commercio". (Jenkins, 1992b: 154) I fan, inoltre, a differenza delle audiences più in generale, costruiscono 'comunità' interpretative. "Si diventa 'fan' non seguendo regolarmente un particolare programma, ma traducendone la visione in qualche tipo di attività culturale, condividendo con gli amici sentimenti e riflessioni sul contenuto, entrando in una 'comunità' di altri fan con interessi comuni." (Jenkins, 1988: 38). La dimensione relazionale, 'comunitaria', è centrale nei circuiti culturali del fandom. Il testo mediale abilita relazioni, favorisce la creazione di culture partecipative, di 'comunità' interpretative che si configurano come formazioni sociali alternative in cui sperimentare. "Il gergo degli appassionati rivela un acuto contrasto tra il 'mondano' – il regno dell'esperienza quotidiana... – e il mondo dei fan, una sfera alternativa di esperienze culturali che ristora quell'eccitazione e libertà che vanno represses per operare nella vita normale." (ibidem: 38) Per alcuni fan essere coinvolti in queste 'comunità', e nelle attività da queste organizzate, è anche più importante dell'oggetto di passione stesso.

La produzione semiotica, enunciativa e testuale è parte integrante delle dinamiche sociali delle 'comunità' di fan; che hanno sviluppato dei veri e propri circuiti culturali alternativi per diffondere le proprie produzioni. I fan sono in genere più produttivi delle audiences 'ordinarie'. Condividere la propria passione è una delle ragioni fondanti del fandom. Lo fanno attraverso i media che sono disponibili in quel momento. Oralmente, nello stile, in ciclostilati, nei forum...

I fan creano, in questo modo, 'un'economia culturale ombra' al di fuori dei circuiti culturali ufficiali, ma che contemporaneamente

condivide alcune caratteristiche di questi. I circuiti culturali, sviluppati dai fan, si fondano, però, su un forte legame tra fan scrittore e fan lettore. La differenza tra le due tipologie di fandom è fievole, chiunque può partecipare alla produzione di nuovi testi e, quasi sempre, trovare facilmente modo di diffondere i propri scritti. E chiunque può, con una spesa limitata, riuscire a produrre una fanzine. Le relazioni sociali 'intime' tra editore ed audiences questi circuiti, ed i bassi costi di produzione portano ad un'economia fondata sul dono e sulla condivisione di passioni. I circuiti culturali dei fan non si basano sul denaro e di solito il prezzo degli stampati equivale ai costi e al necessario per le future pubblicazioni. La remunerazione attesa, e ricercata, è sociale e simbolica. Il forte legame comunitario, attraverso cui queste pubblicazioni prendono forma, fa sì, oltretutto, che i testi corrispondano più strettamente ai desideri dei lettori da cui dipendono.

Le rielaborazioni dei testi medialti, per quanto di solito individuali, avvengono, infatti, all'interno di regole comunitarie. "I fan, come ogni altra comunità interpretativa, producono delle norme proprie che operano in modo tale da assicurare un ragionevole livello di conformità nelle letture del testo primario." (Jenkins, 1988: 52) Jenkins ritiene che i fan operino all'interno di un' 'economia morale', che garantisce un certo grado di conformità al testo primario e fonda, almeno nella percezione interna della 'comunità', un diritto a giudicare la legittimità di qualsiasi utilizzo, anche da parte dei produttori, del materiale. Il testo che i fan adorano e intendono proteggere non è quello prodotto dall'industria culturale, ma quello prodotto dalle loro speculazioni, anche contro gli stessi possessori dei diritti legali. Il giusto grado di conformità al materiale primario non è, infatti, definito dalla fedeltà a questo, ma dal consenso della comunità.

I fan scrivono "in the margins of... text... The ongoing process of fan rereading results in a progressive elaboration of the series 'universe' through inferences and speculations that push well beyond its explicit information." (Jenkins, 1992: 159) I fan fruiscono

più volte di un testo, cercando di trovarvi sempre nuovi significati, e sviluppano collettivamente un meta-testo che contiene gli elementi fondanti della narrativa, quelli che sono per loro intoccabili. Questo meta-testo spesso diviene la base su cui contestare decisioni della produzione che ‘tradiscono’ lo spirito storico della narrazione o cambiamenti nella trama ‘non giustificati’. I rapporti con i produttori sono uno dei tratti che storicamente caratterizzano il fenomeno e non sempre sono idilliaci. Il fandom può trasformarsi, quindi, in uno stimolo per il ‘consumer activism’. Le riscritture dei fan usano, inoltre, il meta-testo elaborato collettivamente come base da cui partire, in modo da rispondere meglio ai desideri e alle fantasie della comunità. Solitamente, per la stessa ragione, si rifanno a forme e generi culturali storicamente consolidati ed apprezzati. I fan, per Jenkins, aprono il testo a nuovi significati; esplorano possibilità e prospettive che il testo non offre, o non, completamente.

Non tutti gli artefatti culturali valorizzati dai fan suscitano, però, uno stesso grado di produzione culturale da parte di questi. I testi, secondo Jenkins, suscitano una maggiore riscrittura, quando è necessario per i fan rielaborarli molto per adattarli alla propria esperienza di vita, ma trovano comunque in essi degli elementi di interesse. Star Trek è uno dei programmi che ha generato processi più ampi di riscrittura, soprattutto da parte di fan di genere femminile. L’autore spiega questo fenomeno attraverso il particolare legame instauratosi tra fan e serie TV, caratterizzato contemporaneamente sia da fascinazione che da frustrazione. “Un fascino particolare di Star Trek per queste donne pare radicato nel modo in cui il programma sembra voler affermare dei piaceri femminili non tradizionali... per poi alla fine tirarsi indietro da queste premesse.” (Jenkins, 1988: 48) L’autore individua una seconda motivazione, spesso, in grado di stimolare processi ampi di produzione culturale a partire da un testo mediale, ancora una volta legata al gender⁴². Per trarre piacere da un programma d’azione, di

fantascienza o, comunque, rivolto ad un pubblico prevalentemente di genere maschile, molte fan trovano necessario ri-focalizzare la storia. “Il risultato è una sorta di cambio di genere, il rileggere/riscrivere la ‘space opera’ come un tipo esotico di romanzo rosa.” (ibidem: 48)

La riscrittura di un testo nasce da una serie di complesse e imprevedibili motivazioni culturali e sociali. La re-interpretazione del testo, in modo che combaci maggiormente con i propri interessi, è, certamente, una delle maggiori; ma è, quasi sempre, fortemente intrecciata e legata a desideri di acquisizione di prestigio e status. “Fan publishing constitutes an alternative source of status.” (Jenkins, 1992a: 159)

La rivalutazione del fandom, e delle capacità critiche, produttive e riflessive dei fan, da parte delle recenti teorie mediologiche è in controtendenza con l’immagine sociale storicamente consolidata del fenomeno. I fan per molto tempo hanno rappresentato, sia in ambito accademico che nei dibattiti pubblici, l’emblema del potere dell’industria culturale. Persone completamente assorbite nelle ‘fantasie medial’ e prive di qualsiasi capacità critica o individualità. La perfetta rappresentazione dell’uomo unidimensionale prefigurato da Marcuse. L’egemonia imperante che cancella ogni briciolo di resistenza, a tal punto da diventar scomoda per se stessa. Il normale potere dei media svelato dal suo eccesso.

La figura del fan è stata ampiamente rivalutata in ambito accademico. Le industrie culturali iniziano ad aprirsi, anche se in modo ambiguo, alle esigenze di queste audiences. I discorsi precedenti, che fanno del fan un ‘drogato’ o peggio ‘un malato mentale’, continuano, però, ad avere una larga diffusione e un largo riscontro tra le persone. Tali discorsi sono, in parte, un residuo della precedente concezione dei fan ed, in parte, una strategia per disciplinare le audiences, più in generale, discriminando tra comportamenti opportuni ed inopportuni nel rapporto con i media.

Tentativo disciplinare legato ai conflitti di potere, al mantenimento dell'ordine sociale e alla moralizzazione del popolo (people). Il fandom, per Fiske, è, infatti, un'attività particolarmente praticata da persone in condizione di subordinazione, perché permette: di accumulare un capitale sociale alternativo che offre autostima e sicurezza di sé; di prendere coscienza delle proprie capacità; e, attraverso la produzione, di creare la propria cultura (maggiormente adatta alla propria condizione di subordinazione, ma resistendo ad essa). I testi che i fan scelgono sono, infatti, "testi insufficienti, che sono inadeguati alla funzione culturale di circolazione dei significati e dei piaceri, finché non sono rielaborati e resi attivi dai loro stessi fan, che con questa attività producono il proprio capitale culturale." (Fiske, 1989c: 177) Il fandom è un'attività strettamente connessa con la generazione e l'accumulazione di 'capitale culturale popolare', "offre modi per colmare la mancanza culturale e fornisce quel prestigio sociale e quell'autostima, che accompagna il capitale culturale." (ibidem: 169)

I fan, per Jenkins, al contrario, sono in genere persone con un discreto grado di istruzione che assumono un atteggiamento più attivo verso i media per un misto di passione, per il contenuto mediale, e frustrazione, per ciò che non mostra o mostra in maniera non soddisfacente. "La risposta dei fan tipicamente riguarda non solo il fascino o l'adorazione, ma anche la frustrazione e l'antagonismo, e questa è la combinazione di due reazioni che motiva il loro coinvolgimento attivo con i media." (Jenkins, 1992b: 143)

La concezione dei fan proposta da Jenkins (consumatori particolarmente attivi, produttivi e competenti) ha avuto un enorme successo accademico. Solo di recente alcuni autori hanno criticato alcuni punti di quest'analisi. L'autore, ad es., non è molto interessato alle questioni ideologiche; non le nega, ma sembra convinto che le audiences abbiano potere sufficiente per costruire

la propria cultura rubando pezzi dei testi commerciali. Non tutti i lettori sono sempre resistenti, ma sono sempre attivi e competenti; ed in grado di produrre i materiali simbolici che la cultura commerciale non offre. In questo modo, il problema del potere culturale svanisce sullo sfondo. Le audiences sono competenti e capaci di interpretare criticamente i contenuti mediali e se, proprio, l'immagine di sé proposta da questi è degradante, o non soddisfacente, sono sempre in grado di produrne una più soddisfacente. Se c'è conflitto c'è tra produttori e fan per il 'possesso' dei testi; conflitto di proprietà, non ideologico o politico.

Jenkis coglie aspetti importanti della produzione culturale dei fan; ma finisce per enfatizzare troppo le capacità critiche di questi, che per quanto reali non è detto siano sempre e continuamente all'opera. Hills è convinto che il fandom sia un'attività che oscilla tra 'self-absence' e 'self-reflexivity'. I materiali culturali presi in esame, da Jenkins, molto spesso corrispondono ai più elaborati e 'ragionati' esempi prodotti, che hanno ottenuto un grande e duraturo successo nella comunità; questo probabilmente porta ad una qualche esagerazione del livello di complessità generale. Il fandom, inoltre, per lo studioso, nasce da un misto di frustrazione e passione. L'analisi delle produzioni culturali dei fan effettuata fa sembrare, però, maggiormente determinante la frustrazione. La passione, che può essere uno stimolo altrettanto forte alla produzione testuale, svanisce. Molte creazioni hanno, in modo evidente, un aspetto celebrativo, che l'autore sembra porre troppo poco in risalto.

Jenkis analizza, per di più, una tipologia di fan molto particolare: legata a prodotti seriali televisivi, attivamente coinvolta in comunità di fan e, spesso, impegnata in qualche attività produttiva. Applica, poi, però, i risultati delle sue ricerche in maniera generica ai fan⁴³. Esistono tipologie infinite di fan, dagli appassionati di calcio a quelli di video games o cinema o politica o musica... Esistono infiniti modi di essere fan: più o meno attivamente coinvolti in 'comunità', solitari, coinvolti in comunità casuali e non strutturate, non dichiarati... Esistono infiniti modi, motivazioni e desideri che

spingono una persona a produrre un artefatto culturale su una propria passione. Ed esistono un'infinità di fan che non vanno mai oltre la produttività semiotica o enunciativa. Ridurre tutta questa varietà al fan attento critico e scrittore sembra difficile.

Jenkins è sostanzialmente impegnato in un'opera di rivalutazione della figura del fan. Contrappone all'immagine del drogato culturale, quella dell'attento critico che sa sfuggire alle trappole ideologiche e, se non trova soddisfazione nei materiali offerti, produce i propri. Finisce, così, per ribaltare lo stereotipo creandone un altro: il fan libero, o quasi, da ogni forma di influenza ideologica grazie alle sue competenze, capacità critiche e produttive.

Le critiche maggiori a questo approccio allo studio del fandom si focalizzano proprio sul rapporto dei fan con la cultura commerciale, e l'ideologia in essa contenuta, precedentemente liquidato in maniera eccessivamente semplicistica (nello sforzo di ribaltare l'immagine negativa fino ad allora affibbiata ai fan). Inoltre, pongono l'accento sugli aspetti non razionali del fenomeno e su quelli legati allo sviluppo dell'identità personale.

Le produzioni culturali dei fan non necessariamente sono, infatti, così critiche e capaci di fuoriuscire dai circuiti di influenza ideologica. Sandvoss (2005), ad es., attraverso la ricognizione di diverse ricerche sulle produzioni culturali dei fan, arriva alla conclusione che la produttività semiotica ed enunciativa non garantiscono che i testi non siano letti in accordo con i significati egemonici in esso inseriti. La produzione di testi invita una riformulazione maggiore che smuove il testo dal framing ideologico in cui era stato inserito; ma non sempre, né in modo automatico.

Lo studioso ritiene che il rapporto tra testo e fan sia stato concettualizzato in maniera errata. Il testo, per il fan, si trasforma in un'estensione del sé, uno strumento per riflettere su se stessi; perdendo quasi del tutto un significato proprio. Si passa dalla polisemia alla neurosemia, "a semiotic condition in which a text allows for so many divergent readings that, intersubjectively, it does

not have any meanings at all.” (Sandvoss, 2005a: 126) Il testo offre così uno spazio di riflessione, privo di un significato proprio, e viene normalizzato ricorrendo all’esperienza di vita. Non offre alcun sfida al lettore che, semplicemente, si rispecchia in esso, ritrova in esso i propri schemi di percezione e vi trova confermate le proprie aspettative. “The text in which the reader finds only an affirmation of his or her experiences and expectations is... ‘banal.’” (ibidem: 126) Il testo diviene banale perché non è presente in esso alcun elemento ‘alieno’ che non corrisponda con la precedente esperienza del lettore e lo sfidi. “Fans’ reading privileges self-reflection and reaffirmation of horizons of experiences and expectations over a reflexive engagement with the text (and thus the world) as meaningful Other.” (ibidem: 152) L’autore è convinto che i testi scelti dai fan siano sostanzialmente degli specchi in cui questi ritrovano la propria immagine riflessa. In questo modo, la riproduzione del sistema passerebbe non attraverso l’‘imposizione’ di un’ideologia, ma attraverso l’assenza di alternative, attraverso il rispecchiarsi del fan nel merce.

Sandvoss, forse, si spinge troppo oltre nel legare fandom e identità, trasformando il primo in un semplice riflesso della seconda. Probabilmente, nel fandom sono presenti elementi di rafforzamento dell’identità, di ‘chiusura’ al mondo attraverso un rifugio sicuro e rassicurante. Un oggetto di passione può, in alcuni casi, certamente essere usato come un appiglio rassicurante, ma in altre situazioni può rappresentare un modo per aprirsi a un nuovo mondo di senso e di relazioni sociali. Il fandom è caratterizzato e oscilla tra entrambi gli aspetti, anche nella stessa persona, in momenti diversi. L’autore sembra, inoltre, ritenere l’identità qualcosa di già perfettamente formato, non si sa bene in quale modo. Questo solleva una serie di questioni teoriche non da poco. Se è vero che l’identità nasce dall’incrocio tra i discorsi che tentano di interpellarci e i nostri investimenti emotivi; allora l’identità, nello schema di Sandvoss, potrebbe nascere solamente attraverso discorsi esterni a quelli presenti nell’oggetto di passione, che poi

rinforzerebbe questa identità già formata. Questo ha, però, come conseguenza il dover concettualizzare il fandom come ininfluenza nella fase di formazione dell'identità; mentre, come ad es. mostra Hills (2002, 2005a), molto spesso la nuova passione sembra avere effetti trasformativi sulla persona. Trasformazione, espressione e rafforzamento dell'identità personale sono, probabilmente, elementi fondanti del fenomeno; ma uno non esclude l'altro.

Hills muove due critiche di fondo al lavoro di Jenkins. I fan hanno un rapporto ben più complesso con il consumo. "Cult fandom doesn't merely 'escape' or 'resist' the process of commodification; it also intensifies – and is increasingly caught up in – these same process" (Hills, 2002: 172) Le pratiche culturali dei fan inizialmente hanno portato una qualche sfida agli interessi delle industrie culturali, ma sono poi state, almeno in parte, riassorbite da queste tramite il marketing; che prova a trasformare i fan in disciplinati e leali consumatori. I fan, per lo studioso, non sono descrivibili né come consumatori che sfuggono alle costrizioni commerciali, né come sottomessi a queste costrizioni. Hills usa il concetto di 'performative consumption', per tentare di considerare l'"agency not as a determinate or definite property which fan do or do not 'possess'... but rather as a claim that can be made at certain points in time but not at others." (ibidem: 159) La seconda critica, di Hills, riguarda l'eccessiva importanza assegnata alla produzione di conoscenza critica razionale e la poca importanza riconosciuta agli aspetti emotivi e passionali del fandom. "Fandom is largely reduced to mental and discursive activity occurring without passions, without fillings, without an experience of (perhaps involuntary) self-transformation". (ibidem: 66) Gli elementi passionali e i piaceri del fandom svaniscono in un'analisi volta alla rivalutazione delle istanze critiche presenti nel fenomeno e nell'esaltazione dell'agency dei fan.

Hills ritiene centrali nelle dinamiche culturali i piaceri, le passioni e, in generale, gli elementi emotivi della partecipazione. È, però,

critico verso la teoria dei piaceri popolari formulata da Fiske; che riduce il piacere a qualcosa di mistico e pre-culturale, non teorizzabile in quanto esperienza unica e personale (*jouissance*). “Pleasures appear to describe a truth and interiority – the internal place in the self... where our pleasures are authentically ‘experienced’ – but actually work to inscribe and create the illusion of an interior and organizing... core to the pleasure-experiencing self.” (ibidem: 10) Fiske, inoltre, essenzializza i piaceri popolari trattandoli come qualcosa di pre-esistente e connesso, di per se, all’agency delle audiences (*plaisir*). La cultura è, per Hills, una risorsa utilizzabile ai fini sia della riproduzione sia della distinzione culturale e subculturale, “within which audiences ‘activity’ and ‘passivity’ and ‘pleasure’ and ‘displeasure’ are terms invoked and fought over, rather than existing as an ontology of media use.” (ibidem: 206) Un approccio performativo ai piaceri permette di considerarli come qualcosa di costruito, ‘as claims to agency’.

“Pleasures are the result of discourses that work, repetitively and insistently, to fix types of pleasures in some cultural sites and not others, always as a question of cultural value/distinction.” (Hills, 2005b) I piaceri culturali, per Hills, sono ‘performed’ e costruiti. L’autore non è interessato a rintracciare una verità ontologica sulla natura dei piaceri popolari: questi esistono solo all’interno della cultura e dei ‘discourses of pleasures’. “Pleasure-as-performative is always a cultural act, an articulation of identity.” (ibidem: IX) Non si tratta di indagare ontologicamente e filosoficamente la natura del piacere, ma di analizzare come i piaceri si formano all’interno di un campo discorsivo e culturale. Non ontologia, ma ‘microfisica del piacere’.

I piaceri culturali nascono all’interno di campi discorsivi che tentano di definirli. Hills, occupandosi del genere horror, analizza tre tipologie principali di discorsi che, in modi diversi, costituiscono il campo, in cui, i piaceri performativi dell’horror emergono.

I discorsi accademici tendono, per l'autore, ad imporre definizioni dei piaceri dell'horror che si accordano, e confermano, le teorie e le visioni morali e politiche che sostengono e preferiscono. Tralasciando altri aspetti, altrettanto importanti, e piagando l'oggetto di studio alle proprie pratiche teoriche ed accademiche. Hills, per rendere evidenti gli aspetti omessi dagli approcci accademici, traccia una contro-teoria, da contrapporre ai paradigmi presi in esame, fondata nella stessa disciplina da cui nascono. I discorsi dei fan si concentrano "on a self-mythologized 'first encounter'" (ibidem: 74); attraverso cui, costruiscono una narrativa biografica che relega a questo primo incontro i momenti di 'self-absent' e di intensità emotiva; mentre costruisce per il fan, ora adulto, un'immagine di persona che attivamente distingue tra horror 'visionari' e 'facili', 'commerciali', 'inautentici', ed è in possesso di notevoli competenze, conoscenze e capacità critiche. Il fan adulto è capace di apprezzare l'horror come genere artistico e non ne è 'spaventato'; è 'padrone' del genere e dei suoi artifici. In altri casi, i discorsi dei fan si concentrano sulla censura e sul discredito culturale che il genere subisce e sul piacere di trasgredire-sfidare la censura e rigettare il panico morale. Hills sottolinea che proprio il discredito sociale ed accademico del genere e la censura sono componenti importanti dei piaceri che offre. "Fans perform specific versions of pleasure-as-agency in order to challenge their pathologized portrayals or embrace connotations transgressive, masculinized⁴⁴ 'deviance'." (ibidem: 107) La terza tipologia di discorsi sull'horror, che Hills individua, è quella dei media. Questi cercano principalmente di disciplinare i piaceri del genere e di effettuare distinzioni tra le varie tipologie e forme mediali di horror; legittimandone una a scapito di un'altra, in base ad un presunto maggiore valore artistico o ad una minore 'devianza' e maggiore legittimità sociale. I piaceri dell'horror nascono all'interno di queste pratiche discorsive; accademici, media e fan mettono in scena performance di piacere al fine di effettuare distinzioni, servire i propri interessi ed affermare la propria identità.

“The pleasures – and displeasures – work... to produce and reproduce *cultural* distinctions, differences, moralities and identities.” (ibidem: 211)

Hills richiama l'attenzione su aspetti dei piaceri popolari poco considerati; ma finisce, probabilmente, per spingere il suo argomento così all'estremo da far sparire quasi completamente il piacere in quanto tale. Il piacere costruito culturalmente, non può ridursi alla sola distinzione culturale. Hills resta ambiguo su questo punto. A tratti, sembra quasi non riconoscere altri piaceri che quelli discorsivi – distintivi; mentre, in altri frangenti, sembra considerare parzialmente 'reali' i piaceri che i vari discorsi, e contro discorsi, reclamano. In ogni caso, non ritiene analizzabili che gli aspetti discorsivi del piacere.

Un approccio culturale e non ontologico alle emozioni e al piacere⁴⁵ è stato adottato, in campo antropologico, dai coniugi Rosaldo, nello studio di una popolazione filippina di tagliatori di teste⁴⁶. Comportamenti sociali così diversi, inizialmente creano grosse difficoltà ai due ricercatori; mettendo a dura prova gli assunti teorici consolidati. “The assumptions bound to our familiar forms of psychological explanation prove attractive yet inevitably problematic when confronted with a cultural account.” (M. Z. Rosaldo, 1983: 135) Le motivazioni profonde che regolano il rituale della caccia delle teste e l'assenza di senso di colpa tra chi vi partecipa (almeno nel senso che in occidente si dà a questo concetto) sono sfide teoriche non da poco per la coppia di antropologi. “People do things, Ilongots say, because of kinship, because they ‘recognize’ their ‘fellow humans,’ because they fear the consequences of acting otherwise, because of strength or weakness, ‘pity,’ ‘envy,’ or ‘desire.’ But notions of ‘ought’ and obligation appear lacking, as are ideas of punishment wherein wrong-doing children or adults are made to suffer for the untoward things that they have done.” (ibidem: 140) I due antropologi iniziano a comprendere i fenomeni socio-culturali incontrati solo quando

realizzano pienamente che le categorie culturali da loro utilizzate non sono neutre, ma ideologiche e morali. La cultura Ilongot si fonda su una diversa costruzione del sé e delle emozioni. "Ilongot affect works within the framework of a set of images (weight and lightness, motion and stillness) and a moral order (wherein imbalances are feared, and men, in order to cooperate, must come to see themselves as equals) that must itself be understood if we are to begin to grasp Ilongot feeling." (Ibidem: 148) Le emozioni Ilongot sono diverse da quelle dei due antropologici, perché sono formate all'interno di una diversa cultura. "Ilongot moral affects, like those of people elsewhere in the world, are learned in part through "shamings" that accompany growing up. But after that their selves and stories radically diverge. Ilongots live within a social world where hearts that are insulted, grieved, or heavy must be cured by gifts or actions that undo social imbalance and make weighty feelings light." (Ibidem: 149)

Il dolore per una perdita, la rabbia, la frustrazione e la vergogna che deriva da una vita sociale in cui ci si comporta come fratelli ed eguali (anche senza poterlo essere mai del tutto) motivano la caccia alla teste; che restaura l'equilibrio del cuore e rigenera l'armonia sociale. Nel sud Italia per la morte di un parente, fino a qualche decennio fa, il comportamento adeguato era quello del pianto e delle urla. Nel medio oriente lo è ancora. In alcune culture, al contrario, si deve ridere e bere. L'Ilongot (di genere maschile) sfoga la rabbia del dolore tagliando teste; "ha bisogno di un luogo 'su cui rivolgere la sua rabbia': perciò l'atto di troncare la testa della vittima e lanciarla in aria gli consente di sfogarsi." (R. Rosaldo, 1989: 37)

I coniugi Rosaldo, al contrario di Hills, riconoscono pienamente la costruzione culturale delle emozioni, anche in questo caso profondamente connessa con la strutturazione sociale (fondata sull'eguaglianza e non sulla distinzione) e la costruzione del sé, ma altrettanto riconoscono che l'emozione si concretizzi in stati effettivi del corpo (rabbia, dolore, liberazione-sfogo, piacere). Hills non nega

l'esistenza di simili stati; ma, nell'enfasi posta sulla costruzione discorsiva dei piaceri, sembra quasi suggerire che i piaceri reclamati non abbiano altra sostanza, almeno non una analizzabile, che quella discorsiva. Scrive, citando Austin, "'Happy' performatives are those that achieve their ceremonial an expert outcomes... 'Unhappy' performatives, however, are infelicitous in that they are not successful." (Austin, 1976: 26-27; in Hills, 2005: X) Un simile approccio rischia di ridurre il piacere semplicemente ai suoi aspetti socio-culturali-discorsivi-mentali, mettendo del tutto da parte l'esperienza del piacere. "Non-discursive access to the 'pleasures'... is a logical impossibility." (Hills, 2005: 7) L'analisi culturale ha si bisogno di analizzare come i piaceri vengono conflittualmente costruiti, ma altrettanto quali emozioni e piaceri prendono forma dalla partecipazione degli attori sociali ai processi culturali; pena la non comprensione: delle dinamiche motivazionali alla partecipazione e dei flussi ibridi, complessi e imprevedibili di irritazione ed incitamento reciproci tra potere e piacere.

Digital Media & Participatory Culture

“Conosciamo bene la collettività e l'individualità ma ciò che conosciamo meno bene è la connettività: esiste un essere connettivo e una possibilità di essere se stessi e altre persone in un determinato tempo.”
(de Kerckhove, 1998)⁴⁷

L'analisi dei processi culturali e partecipativi, dell'ibridarsi di potere e piacere, è ulteriormente complicata dall'evoluzione tecnologica, sociale e culturale. La complessità dei processi culturali organizzati dalle comunità dei Fan è, ad es., fortemente cresciuta con la progressiva penetrazione nella popolazione mondiale dei media digitali e mobili, che hanno un forte impatto trasformativo sulle culture partecipative dei fan. Le reti digitali e mobili offrono opportunità senza precedenti per la produzione e distribuzione dal basso di artefatti culturali; ciò causa un'intensificazione e una diffusione del fandom al di là dei suoi tradizionali confini. La minore solidità dei confini 'comunitari', e le nuove strategie economiche degli operatori, minacciano, però, le strutture del fandom come 'comunità' e incidono sulla natura stessa del fenomeno.

La 'rivoluzione' digitale è un processo tecnologico e sociale, riguarda cambiamenti in entrambe le sfere che si co-producono e influenzano vicendevolmente. Tecnologia, società e cultura sono legate da rapporti di co-determinazione reciproca, si influenzano, stimolano, limitano ed irritano vicendevolmente. Co-evolvono secondo schemi fluidi e ibridi.

Jenkins propone di studiare i cambiamenti in atto attraverso il concetto di *cultura convergente*. La cultura convergente nasce da tre fenomeni differenti e interrelati: convergenza, culture partecipative e intelligenza collettiva.

La *convergenza*, per l'autore, non è un processo che riguarda esclusivamente le industrie e i dispositivi elettronici; piuttosto, "il flusso dei contenuti su più piattaforme, la cooperazione tra più

settori dell'industria dei media e il migrare del pubblico alla ricerca continua di nuove esperienze di intrattenimento." La convergenza è una trasformazione delle forme culturali e dei modi di interagire con esse. "i consumatori sono stimolati a ricercare nuove informazioni e ad attivare connessioni tra contenuti mediatici differenti." (Jenkins, 2006a: XXV)

Le *culture partecipative* sono culture in cui la partecipazione viene incoraggiata e abilitata. Il contributo produttivo dei singoli membri è ritenuto importante e stimolato attraverso forme di 'apprendistato informale', che trasmettono l'esperienza accumulata dalla 'comunità'. I membri di una cultura partecipativa esperiscono forme di legami sociali, per quanto labili, e ritengono che il proprio contributo e quello altrui abbia valore. La cultura convergente nasce quando queste culture partecipative ricompongono i testi mediali dispersi e li usano per dare senso all'esperienza sociale.

L'*intelligenza collettiva* è un concetto di Pierre Levy (1996). Indica la somma di conoscenza a disposizione di una 'comunità'⁴⁸ (volontaria, temporanea e basata su affinità cognitive ed emotive). "L'intelligenza collettiva espande la capacità produttiva della comunità perché libera i singoli aderenti dalle limitazioni della propria memoria e consente al gruppo di affidarsi a una gamma più vasta di competenze." (Jenkins, 2002: 165) Le audiences sono sempre più impegnate in network interpretativi che abilitano e facilitano la creazione relazionale di senso e la produzione di nuovi contenuti.

La cultura della convergenza, per l'autore, fa collidere 'nuovi' e vecchi media e accresce le capacità degli attori sociali di partecipare ai processi culturali.

I contenuti mediali tipici della cultura della convergenza sono transmediali e invitano alla partecipazione attiva delle audiences.⁴⁹ "La narrazione transmediale si distende attraverso piattaforme mediali multiple, ogni singolo testo offre un contributo distinto e importante all'intero complesso narrativo." (Jenkins, 2006a: 84)

Jenkins individua diversi principi che caratterizzano e strutturano il ‘transmedia storytelling’. Il primo principio riguarda la *dispersione* di elementi della narrazione attraverso diversi canali e media al fine di creare un’esperienza complessiva e integrata. I contenuti si frammentano e distribuiscono in più media. Tutti i testi sono insieme indipendenti e connessi, non esiste un testo più importante degli altri da cui possa essere tratto il senso complessivo della narrazione. Ogni nuovo testo deve aggiungere un *nuovo significato* al testo complessivo, in modo da spingere le audiences a riconsiderare il tutto; ma, insieme, deve avere una sua *autonomia di fruizione*, in modo da non escludere chi non conosce i precedenti testi e stimolare la visione dell’intero progetto narrativo.

L’*estensione* di un contenuto ad una nuova piattaforma può avere diversi scopi. A volte è utilizzata per tenere viva l’attenzione delle audiences in momenti di pausa narrativa, altre per offrire ulteriori particolari sul mondo narrativo o costruire un subplot che lo arricchisce. Ogni nuova piattaforma utilizzata offre nuove possibilità narrative. L’estensione, inoltre, apre - *espande il mercato* del prodotto culturale. “Transmedia storytelling practices may expand the potential market for a property by creating different points of entry for different audience segments.” (Jenkins, 2007)

I contenuti transmediali favoriscono, in questo modo, *processi sinergici* all’interno delle multinazionali dei media. Le motivazioni economiche, di queste, sono la forza primaria che stimola la trasformazione dei contenuti e la creazione di brand (legati ad una qualche forma di narrazione) che si espandono e disperdono attraverso le piattaforme.

Le storie transmediali, inoltre, stimolano, si aprono a e disciplinano i desideri delle audiences digitali e mobili. “Transmedia storytelling is the ideal aesthetic form for an era of collective intelligence.” Il ‘transmedia storytelling’ si basa, infatti, più che su un singolo personaggio o una singola situazione narrativa, su *complessi mondi narrativi*. “This process of world-building encourages an encyclopedic impulse in both readers and writers.

We are drawn to master what can be known about a world which always expands beyond our grasp.” La creazione di mondi enciclopedici, spesso lascia aperti degli spazi o apre dei plot che non sono, poi, portati a compimento. “Readers, thus, have a strong incentive to continue to elaborate on these story elements, working them over through their speculations, until they take on a life of their own.” (Jenkins, 2007) I testi transmediali funzionano come attivatori di produzione. Le audiences devono creativamente e socialmente ricostruirne i significati, inseguendo gli indizi. Un testo transmediale non solo disperde i contenuti, ma “it provides a set of roles and goals which readers can assume as they enact aspects of the story through their everyday life.” (Jenkins, 2007) Il testo richiede-stimola la messa in scena di performance e la produzione di nuove infinite narrazioni.

La narrazione transmediale nasce da motivazioni industriali. “L’offerta di nuovi livelli di comprensione e di esperienza rafforza il franchise e incoraggia la fedeltà dei consumatori.” (Jenkins, 2006a: 84) Insieme, abilita complesse interazioni e favorisce-disciplina la partecipazione attiva della audiences alla costruzione della narrazione. “Fan fiction can be seen as an unauthorized expansion of these media franchises into new directions which reflect the reader's desire to ‘fill in the gaps’ they have discovered in the commercially produced material.” (Jenkins, 2007)

Le storie transmediali sono al centro delle pratiche del fandom contemporaneo, che sempre più trovano il proprio spazio di elezione negli sterminati mondi digitali. “Il cyberspazio non è che l’ampliamento del mondo dei fan” (Jenkins, 2002: 164) Le culture partecipative sono, per Jenkins, fan cultures prive delle stigma che queste si portavano dietro. Il fandom si trasforma, così, in un fenomeno sociale visibile, socialmente riconosciuto, diffuso e pervasivo, non più subculturale o limitato a un numero ridotto di persone. Un processo culturale ubiquo sostenuto dalle tecnologie di rete; incentrato sulla partecipazione, sulla produzione creativa e

sulla condivisione; e basato “sulla ridefinizione del rapporto tra consumatore e prodotto consumato, in termini di fedeltà e partecipazione, fondandosi sui presupposti dell’economia affettiva e della cultura del dono.” (Andò & Marinelli, 2009) Il fandom nella cultura della convergenza si diffonde oltre le sue tradizionali barriere, diventa attività quotidiana per una gran parte delle audiences contemporanee, e insieme viene completamente trasfigurato-riconfigurato nel processo di mutazione e disseminazione. Il fandom è, sempre più, un’attività relazionale; un processo capace di trasformare nel profondo le dinamiche di costruzione riflessiva e relazionale del sé e le forme di socialità emergenti. La stessa natura delle pratiche culturali dei fan viene riformattata nell’ambiente digitale. La partecipazione culturale grassroots è coinvolta e avvolta nei processi socio-culturali e di mercato. Hills parla di ‘mondo dei fan just in time’. Le audiences sono, sempre più, catturate nel tempo del testo e questo ha l’effetto di disciplinare e regolare i tempi e l’esperienza del fandom. L’intensificazione temporale porta alla ‘serializzazione delle audiences’. “It is the fan’s ‘filling-in’ of commodity-provision (occupying the time-frame of the commodity’s immediate novelty...) which extend and intensifies the logic of commodification.” (Hills, 2002: 181)

Le fan culture non sono le sole ad esperire opportunità e minacce del nuovo contesto digitale. Hodkinson ha analizzato l’impatto del nuovo ambiente sulla subcultura ‘goth’. L’autore parte dalla constatazione che internet non è un singolo media: connette, piuttosto, differenti forme mediali. Le persone, in questo vasto universo, sarebbero maggiormente propense a sviluppare i precedenti interessi, piuttosto che scoprirne di nuovi. In rete, le persone devono scegliere in anticipo il tipo di contenuti che vogliono fruire, e questo favorisce gli interessi preesistenti. “Far from distracting them into other interests or dissolving the boundaries of their subculture, the internet usually functioned, in

the same way as goth events, to concentrate their involvement in the goth scene and to reinforce the boundaries of the grouping.” (Hodkinson, 2002: 565) Il web rende più semplice per gli appartenenti alla subcultura la ricerca di conoscenza specializzata o informazioni pratiche, la costruzione e condivisione di valori, e la creazione di relazioni sociali orizzontali.

L'autore probabilmente enfatizza, eccessivamente, gli effetti di costruzione della 'comunità' e sottovaluta la fragilità delle barriere sociali costruite in un ambiente fluido e facilmente accessibile. Inoltre, la sottocultura scelta è preda di processi contraddittori di stigmatizzazione sociale e diffusione-diluizione; in cui i media interattivi giocano un importante ruolo e di cui gli effetti sono, ancora, difficili da prevedere. Hodkinson ritiene che gli interessi precostituiti (in che modo non è del tutto chiaro) in rete siano vincenti, per la necessità di scegliere a priori e volontariamente i contenuti da visualizzare. Spesso sono, però, i contenuti a 'trovare' l'utente, attraverso le piattaforme di condivisione sociale e la scelta intenzionale non è mai così netta e precisa. La navigazione è, in molti casi, un processo di scoperta casuale.

Jenkins enfatizza la diffusione della fan cultura al di fuori dei suoi precedenti confini, Hodkinson il rafforzamento della comunità subculturale e dei suoi confini. Le subcultures e le fan cultures sono preda di processi di trasformazione profondi. La rete abilita, e semplifica, la formazione di culture partecipative (intorno ad un comune interesse o passione o stile di vita o...). Insieme, ne rende deboli le frontiere di gruppo, sempre sottoposte ai flussi culturali di appropriazione, incorporazione, stigmatizzazione, diluizione e rimescolamento. I vari gruppi possono reagire sia aprendosi al cambiamento e alle culture più ampie, che ri-chiudendosi su se stessi e provando a difendere uno spazio culturale autonomo, chiuso e delimitato. Quale che sia la risposta, le appartenenze e le passioni diventano più friabili, ibride, mobili. Fan cultures e subcultures, simultaneamente, si diffondono e diluiscono nel nuovo

ambiente digitale; mentre ristretti gruppi sfruttano la rete per serrare le fila nel tentativo di tener vivo uno spazio più 'esclusivo' di partecipazione. Subcultures e fan cultures sono coinvolte e sconvolte da fermenti conflittuali e trasformativi in cui deve essere rinegoziata la stessa esistenza di simili aggregati partecipativi; fermenti conflittuali sospesi tra chiusura-comunitaria e apertura-diffusione. Entrambe le scelte comportano vantaggi e svantaggi. La prima porta all'isolamento e alla stigmatizzazione sociale; la seconda rischia di far perdere consistenza alla formazione culturale che si disperde, così, nel più vasto universo digitale. Entrambe le scelte influenzano solo molto parzialmente, però, il risultato; maggiormente determinato dall'emergere di forze sociali, culturali e tecnologiche che spingono all'ibridazione e alla mobilità nomadica di ogni appartenenza e identità.

Culture partecipative e media si generano e trasformano vicendevolmente. I gruppi subculturali si formano in forte relazione con i media esistenti e ne creano di nuovi. Thornton (1995, 1996a, 1996b) individua una dialettica complessa, conflittuale e negoziale tra media e subculture. Il capitale subculturale, secondo l'autrice, viene creato in stretta connessione con i media. La copertura mediale è correlata in modi complessi con l'essere in o out. "Subcultural capital maintains its currency... as long as it flows through channels of communications which are subject to varying degree of restriction" (Thornton, 1996a: 400). La restrizione può essere di tipo fisico, come ad es. volantini che circolano in un'area delimitata, o intellettuale, attraverso l'uso di codici subculturali di difficile comprensione. La restrizione corrisponde, sostanzialmente, alla fase in cui la subcultura viene discussa e creata attraverso *micro-media*. I *media di nicchia* intervengono ad allargare il target, classificare i vari gruppi sociali e spingerli in formazioni più omogenee attraverso l'individuazione - creazione - definizione di 'valori' di base. I *media di massa* 'svendono' il capitale culturale che perde, man mano, di valore quanto più si diffonde. I media digitali e

mobili, essendo una rete di reti, possono funzionare simultaneamente come micro-media, media di nicchia e mass-media. Questo fa esplodere le tradizionali dinamiche di creazione-sviluppo di culture delimitate. I processi di contaminazione e diffusione culturale si fanno imprevedibili e, sempre più, centrati sull'individuo e su alleanze instabili e ad hoc.

Il sé è il centro dei processi culturali contemporanei, non il sé isolato e passivo; ma il sé inter-connesso e attivamente coinvolto nella negoziazione - costruzione di significati e alleanze sociali temporanee. La produzione culturale degli attori sociali si fa maggiormente individualizzata e rivolta a reti di relazioni temporanee e variabili. L'attenzione si sposta sulla produzione culturale degli utenti (in generale). 'User generate content' è la nuova (o ormai già vecchia) parola d'ordine.

Creatività e Capitalismo

“The Web 2.0 user who accepts the call to interact is being shaped into, or reinforced as, the active, entrepreneurial citizen of neoliberalism.” (Jarrett, 2008)

Le culture partecipative vengono trasformate dai complessi flussi culturali digitali e mobili abilitati e stimolati dalla diffusione delle tecnologie di rete e dalle mutazioni sociali; contemporaneamente, contribuiscono a dar forma al nuovo ambiente mediale e culturale. Le industrie culturali si evolvono e ri-strutturano i flussi culturali e gli spazi socio-relazionali, adottando nuove policy per far fronte e sfruttare a proprio vantaggio i cambiamenti socio-tecnologici e la partecipazione degli utenti. Industrie culturali, tecnologie e culture partecipative mediante processi conflittuali e negoziali mutano, confliggono, si stimolano vicendevolmente, competono e cooperano nei complessi e stratificati mondi digitali. Le nuove strategie economiche degli operatori minacciano, però, le strutture profonde e le pratiche delle culture partecipative, incidono sulla natura stessa del fenomeno; insieme, stimolano e favoriscono una partecipazione parzialmente funzionalizzata, controllata e disciplinata.

La produzione culturale grassroots istaura rapporti con il mercato, di solito, taciuti in un’ottica di emancipazione culturale o di resistenza ideologica. Il rapporto con il mercato, quando preso in considerazione, viene teorizzato come un intervento esterno che avviene in un secondo momento e prova a ‘sfruttare’ questa produzione o a riportarla all’interno dei limiti fissati dall’egemonia. È, al contrario, profondo e costitutivo; e solleva numerose questioni di carattere maggiormente economico e professionale. Problematiche che finiscono per incidere: sulle relazione di potere preesistenti e create; sulle dinamiche sociali, culturali ed

economiche sviluppate negli spazi partecipativi; e fortemente sulle forme di partecipazione abilitate e sul loro potenziale trasformativo.

Il legame tra mercati e subculture è, ad es., tradizionalmente, o negato quasi del tutto o esaltato fino al punto di far apparire le formazioni socio-culturali emergenti come un riflesso delle scelte degli operatori economici. La negazione prende, al contrario, la forma di un'esagerazione del potenziale emancipativo e dell'indipendenza culturale dei gruppi giovanili; e della cancellazione dei complessi processi culturali ed economici che legano mercati e subculture. Hebdige riconosce il rapporto costitutivo tra le culture emergenti e gli artefatti culturali prodotti industrialmente, soprattutto dal punto di vista ideologico e culturale. McRobbie (1989, 1998) individua, però, un legame più complesso e complessivo tra micro-macro mercati e formazioni subculturali. Una relazione di reciproca contaminazione tra mercato e micro-aziende subculturali create dal basso è, infatti, per l'autrice, fondativo e strutturale nell'emersione di culture giovanili. L'evoluzione-sviluppo delle micro aziende e la traiettoria personale-professionale e di vita dei nuovi intermediari subculturali, inoltre, condiziona fortemente gli sviluppi successivi delle subculture. I creatori delle fanzine punk hanno, spesso, in seguito, intrapreso carriere giornalistiche; i produttori musicali delle micro-etichette musicali si sono trasformati in produttori o manager delle multinazionali della musica; i designer hanno aperto boutique o studi professionali o lavorano in aziende creative. Naturalmente molti non sono riusciti a trovare uno sbocco professionale per la propria creatività e molti, probabilmente, non ne hanno mai avuta intenzione. Il punto rilevante è che il mercato ha offerto, per quanto in modo ambiguo, degli sbocchi professionali a queste persone. L'emblema di questo fenomeno è Vivienne Westwood che, dai negozietti alternativi del movimento punk, si è fatta strada fin alle passerelle dell'alta moda e al Victoria and Albert Museum di Londra.

Le culture partecipative legate al fandom hanno subito una sorte analoga. I legami con il mercato sono stati, alternativamente: esaltati fin a trasformare il fan in un drogato culturale dominato da falsi impulsi industrialmente stimolati; o negati del tutto, enfatizzando sia la capacità delle audiences di trarre e produrre propri significati dai materiali culturali, sia le logiche dell'economia del dono. Gli studiosi delle Fan cultures hanno, molto di rado, considerato le implicazioni della produzione culturale in termini di micro-mercato (e dei suoi legami con il più vasto mercato).

Jenkins considera le organizzazioni, che permettono la produzione e la circolazione degli artefatti culturali dei Fan, sostanzialmente basate sul concetto di 'dono'. Studiando le produzioni musicali è costretto, però, ad ammettere il progressivo sviluppo di micro-etichette semi-professionali che cercano di introdurre dinamiche commerciali in questo campo della produzione dei fan (1992a). Con la diffusione delle pratiche del fandom, nell'ambiente digitale, l'autore registra, inoltre, tentativi da parte delle media company o di gruppi di fan di commercializzare queste pratiche.

Jenkins resta, però, convinto che questi tentativi avranno una scarsa efficacia e verranno rigettati dai fan, perché contrastano con i valori 'comunitari' e partecipativi di cui sono portatori. Le nuove forme di produzione e le culture partecipative sono, e continueranno ad essere, fondate sull'economia del dono, "in which people do things for one another out of a spirit of building something between them, rather than a spreadsheet-calculated quid pro quo." (Jenkins, Li, Krauskopf, & Green, 2009: 49) L'economia del dono non si fonda sul commercio, ma sulle relazioni. "The circulation of goods is not simply symbolic of the social relations between participants; it helps to constitute them." (ibidem: 51) Lo scambio offre remunerazioni non in termini economici, ma in termini di creazione di relazioni sociali, di condivisione di significati e 'valori', e di acquisizione di status e prestigio.

Le logiche dell'economia di mercato e quelle dell'economia del dono, per quanto fondate su principi e scopi alternativi, sono meno

contrapposte di quanto sembra e possono intrecciarsi ed ibridarsi in molti modi. Jenkins lo riconosce, ma ritiene che nel negoziato-conflitto tra le due logiche quella del dono abbia, nelle società tardo-moderne, la possibilità di imporsi almeno parzialmente. Lo sviluppo e la diffusione degli ambienti digitali, di per se tendenti a favorire la logica dello scambio reciproco e la formazione di culture partecipative, fondate sulla reciprocità e sul dono, favorirebbero l'emergere di una nuova logica culturale. Nel contesto socio-economico emergente, anche le imprese commerciali sarebbero costrette ad adattare le proprie strategie, incorporando alcuni dei principi su cui si fonda lo scambio reciproco nell'economia del dono.

L'ambiente digitale e le culture partecipative rendono più probabile-plausibile (non determinano) l'emergere di logiche culturali non commerciali, ma le società tardo-moderne sono interamente incentrate su logiche capitaliste neo-liberali. Le reti digitali, inoltre, contraddittoriamente e contemporaneamente, favoriscono: l'espansione dei mercati, il controllo dei consumatori, la segmentazione più accurata delle nicchie e dei micro-mercati, lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi, e l'ulteriore approfondirsi ed inasprirsi delle trasformazioni socio-economiche tipiche del neo-capitalismo. È l'interazione tra queste tendenze sociali, non necessariamente contrapposte, a dover essere analizzata e a determinare la natura degli spazi partecipativi. I principi relazionali e solidali del dono sono facilmente incorporati in strategie innovative di mercato e resi profittevoli dai conglomerati globali. Le corporation possono favorire lo sviluppo di discorsi sociali che pongono enfasi sulla partecipazione dei consumatori al fine di raggiungere i propri obiettivi economici. "Participatory media can thus be associated with the production of flexible subjectivities, aligned with the needs of the culturally intensive capitalist industries associated with neoliberalism or advanced liberal economies." (Jarrett, 2008)

Le logiche del dono e quelle commerciali, nel nuovo ambiente digitale, seguono percorsi diversificati che si intrecciano in modi imprevedibili; rendendo problematica qualsiasi affermazione generalizzante su tendenze dominanti. Il 'trionfo' di una logica sull'altra è sempre temporaneo e parziale; e la situazione fluida fa sì che le tendenze si invertano rapidamente. Due tematiche, strettamente connesse, emergono prepotentemente sullo sfondo: l'incorporazione, da parte delle media company, dei profitti generati dai contenuti prodotti dagli utenti; e la professionalizzazione di quel vasto e crescente gruppo di utenti che tentano di ritagliarsi una carriera, o avviare un'attività, nell'universo della produzione di contenuti digitali. Tematiche non semplicemente economiche, piuttosto in grado di condizionare gli sviluppi e le dinamiche dei processi culturali emergenti.

L'economia digitale si fonda, sempre maggiormente, sui contenuti generati dagli utenti (UGC)⁵⁰ e, in particolare, su quelli prodotti da aziende e gruppi semi-professionali; non remunerati, però, adeguatamente nella maggioranza dei casi. Una nuova sottoclasse di lavoratori mal pagati e precari emerge nell'ambiente digitale. Lovink (2007), ad es, sottolinea la formazione di questa sottoclasse di lavoratori semi professionalizzati non in grado di far valere il proprio contributo. Nell'economia digitale, per l'autore, quelli che guadagnano e vengono finanziati, sono gli aggregatori di contenuti, che assumono un ruolo centrale di orientamento e riescono a totalizzare un numero considerevole di contatti. I produttori di contenuti ottengono poco o nulla.

La difficile situazione dei produttori di contenuti è uno dei temi che animano il dibattito, anche, tra media company di diversi comparti. Le testate giornalistiche, ad es., da tempo sono in rotta di collisione con gli aggregatori di contenuti e, in particolare, con Google News. I produttori di contenuti ritengono l'aggregazione una sorta di furto e vorrebbero ottenere il pagamento del copyright. Google sostiene che i suoi servizi, mettendo in risalto e rendendo

maggiormente accessibili i contenuti, favoriscono i buoni risultati economici dei produttori. Le strategie si evolvono e i modelli di business e relazione cambiano. Google ha accettato, negli ultimi anni, di finanziare fondi a favore della stampa, come forma di compensazione indiretta ai contenuti indicizzati⁵¹. Le media company, contemporaneamente, stanno cercando nuovi modi per remunerare i propri contenuti; ad es. attraverso l'offerta mobile, gli abbonamenti digitali o i paywall. Gli equilibri relazioni sono, però, secondo molti autori e commentatori sbilanciati a favore dei motori di ricerca e degli aggregatori di contenuti.

Se i magnati dei media, impegnati nella produzione di contenuti, non se la passano benissimo, la situazione è certamente peggiore per le aziende semiprofessionali costituite da uno o più appassionati. Una delle sfide dell'economia digitale è proprio quella di riuscire ad offrire una carriera ai creativi e ai produttori di contenuti che emergono dal rumore, generato dalla mole di UGC immessi quotidianamente in rete, e che desiderano dare uno sbocco professionale alla propria passione (e alle competenze sviluppate all'interno delle culture partecipative). Le possibilità di fare della propria passione un lavoro, e di raggiungere uno status professionale, sembrano al momento scarse; per quanto anche in questo caso alcune corporation stanno adottando strategie nuove. Google, ad es., al fine di stimolare la partecipazione, migliorare la qualità dei contenuti e creare flussi più individuabili e stabili, ha dato vita a numerose iniziative volte alla professionalizzazione dei produttori di UGC di maggior successo.

Abercrombie e Longhurst (1998b) hanno proposto di analizzare le attività delle audiences posizionandole lungo un continuum che aiuta a dar senso alle diverse abitudini di consumo e produzione culturale; ed insieme può rappresentare una sorta di percorso di sviluppo professionale. Le cinque tipologie di audiences individuate lungo questo continuum sono: consumer, fan, cultist, enthusiast, petty producer. *Consumer* si riferisce a chiunque faccia un uso

generalizzato e non focalizzato dei media. Questa tipologia di audience è, generalmente, poco coinvolto in forme di produzione culturale, se non quelle discorsive, e non crea legami sociali attraverso i consumi culturali. I *fan*⁵² fanno un uso massiccio e focalizzato, intorno a determinate star o programmi, dei media. Non partecipano a community organizzate e la produzione culturale, in cui si impegnano, avviene all'interno dei preesistenti orizzonti della vita quotidiana. I *cultists* mostrano un attaccamento maggiore a una specifica star o programma o tipo di programma e, per questo, l'uso dei media diviene maggiormente selettivo in questa tipologia di audiences. Spesso, consumano materiale specifico inerente il proprio oggetto di passione e sono connessi attraverso organizzazioni informali, che facilitino il contatto sociale con altri appassionati e la produzione culturale. "The material production of texts become a central aspect of the cult activity." (Abercrombie & Longhurst, 1998b: 149) *Enthusiasts* si riferisce a persone maggiormente coinvolte in attività relazionali e pratiche di produzione e non particolarmente focalizzate sul consumo di media; che è specializzato e, spesso, concentrato su testi prodotti da enthusiasts per enthusiasts. La produzione culturale è il centro delle loro attività ed è rivolta a persone della 'comunità' di appassionati. *Petty producers* sono persone che, un tempo, erano enthusiasts e, ora, hanno fatto della propria produzione culturale un'occupazione a tempo pieno. La produzione culturale non è più rivolta a persone che si conoscono e con cui si hanno relazioni sociali, per quanto labili. Le relazioni sono mediate dal mercato. I petty producers si sono mossi "from the realm of production on the request of members of an enthusiasm, to production for the market itself." (ibidem: 150) Gli enthusiasts operano in una logica sociale di scambio reciproco, in un'economia del dono; i petty producers, abbandonata l'economia del dono, operano in una logica di mercato.

L'economia digitale è fortemente fondata sulle produzioni degli utenti. Gli enthusiasts e i petty producers sono la componente più

produttiva delle audiences e sono, sempre più, un elemento centrale della filiera produttiva dei contenuti digitali. La questione socio-culturale e, insieme, economica che si pone è come incentivare questa produzione e come facilitare il passaggio al mercato, che contraddistingue i petty producers, degli utenti che lo desiderano e lo ‘meritano’. Se non si dà risposta a queste esigenze si spreca una risorsa sociale preziosa, si creano forme di sfruttamento non retribuite (o scarsamente remunerate) e si rischia di fondare l’economia digitale sulla sabbia. Ancor più, si riproducono in rete le relazioni di potere e le dinamiche di produzione culturale tipiche delle industrie culturali, per quanto adattate al nuovo contesto.

Il rapporto tra economia e partecipazione culturale è complesso e non riguarda soltanto il lavoro, non pagato o scarsamente pagato, della minoranza di utenti che cercano di farne una professione. L’interattività e le produzioni culturali grassroots sono, sempre con maggiore frequenza, al centro di strategie di marketing che tentano di riportarle a una logica economica, trarne vantaggio e incorporare i profitti da queste generati. Jenkins ritiene l’attenzione delle media company alle pratiche culturali dei fan, sostanzialmente, positiva; per quanto porti con sé delle minacce. Rappresenta un’opportunità per ridefinire il rapporto produttori - audiences a vantaggio delle seconde, e per sviluppare programmi maggiormente in sintonia con i gusti del pubblico. L’autore ritiene destinati a fallire i tentativi di costruire fan ‘community’ modellate sugli interessi dei produttori se queste non operano secondo le logiche del fandom stesso, che preferisce in ogni caso l’autorganizzazione.

Baym e Burnett hanno analizzato le strategie, degli operatori economici della scena musicale indipendente Svedese, volte allo sfruttamento della partecipazione culturale delle audiences. Sono convinti, però, che i fan riescano a trarre una giusta ricompensa dalle proprie attività, se anche non in forma di denaro, e che siano in grado di riconoscere e reagire alle forme di sfruttamento. I fan valutano il piacere relazionale esperito nelle comunità di

appassionati (online e offline), e la possibilità di condividerlo-diffonderlo, più del denaro. Lo status sociale e l'influenza acquista attraverso le pratiche di fandom sono ugualmente una ricompensa ricercata e gradita. "To claim that these people are exploited is to ignore how much these other forms of capital matter in the well-being of well-rounded humans and to deny the capacity of these individuals to stop doing what they do." (2009: 447) Il piacere-potere, il capitale sociale e le relazioni sociali instaurate sono la ricompensa, a cui, i fan aspirano; ed aiutano a comprendere le motivazioni che li spingono ad offrire un prezioso contributo, non retribuito. La questione centrale, per Baym e Burnett, è capire quando i fan si sentono sfruttati e le strategie adottate per gestire simili situazioni.

I fan, per Milner, non percepiscono le proprie attività come una forma di sfruttamento perché sono leali e lavorano per i testi, non per le organizzazioni che li producono. "Fallout fans were invested in contributing to the game's development process, and were willing to work without material compensation in order to improve the text they loved." (2009: 506) Una nuova versione del gioco migliorata e capace di soddisfare le aspettative della comunità è la ricompensa che desiderano di più; e sono maggiormente preoccupati dal mancato riconoscimento del contributo degli appassionati, che dall'assenza di retribuzioni materiali per il loro intenso lavoro.

Non tutti gli studiosi sono altrettanto convinti che i fan ricevano una giusta ricompensa, in termini di piacere e capitale sociale, per il lavoro che svolgono a favore delle media company. Andrejevic ritiene che l'interattività si possa trasformare in un'occasione per costruire fan community, modellate sugli interessi delle media company e capaci di fidelizzare i consumatori. Le attività delle audiences costituiscono una forma di lavoro non pagato molto prezioso per i produttori, in due modi differenti: "by allowing fans to take on part of the work of making a show interesting for themselves and by providing instant (if not necessarily statistically

representative) feedback to producers.” (2008: 25). La tv multiplatforma, per Johnson, invita le audiences a entrare simbolicamente nello spazio iperdiegetico della narrazione e stimola-richiede partecipazione e produzione culturale. L’invito è, però, ambiguo; crea, contemporaneamente, le condizioni per forme di empowerment e di sfruttamento delle audiences. “From the industry’s perspective, the fan serves not as an invited guest, but rather as domestic help, invited in so as to perform labor. Though the housekeeper might come to feel a sense of personal investment and even territoriality in that home, he or she has little matching authority within it.” (2007: 78)

Il vissuto soggettivo degli attori sociali è, certamente, centrale. Il piacere e le ricompense sociali che i fan, e gli utenti in generale, ricevono dalla propria partecipazione culturale sono innegabili, ma questo non può oscurare lo sfruttamento economico crescente. Né porre in ombra il legame tra questo sfruttamento economico e forme di disciplinamento delle pratiche culturali partecipative. Le nuove strategie delle media company mirano a incorporare i profitti derivanti dal lavoro dei fan e a sorvegliarne le pratiche. La potenziale ridefinizione del rapporto media company – audiences, a favore delle seconde, rischia di tramutarsi nel suo contrario. I grandi conglomerati mediali sembrano aver capito come depotenziare e trasformare a proprio vantaggio le ‘minacce’ digitali. Il conflitto – negoziato è in corso e alle nuove strategie organizzative si contrapporranno, ben presto, nuove tattiche grassroots.

Mass self-communication, Content curation & Participation gap

“Free communication is the most subversive practice of all, because it challenges the power relation embedded in the institutions and organizations of society.” (Castells, 2013: 7)

Le reti digitali e mobili abilitano l'emersione di nuovi fermenti culturali, relazionali e identitari. La coevoluzione di cultura, tecnologie e società ne determina la forma, all'interno di relazioni e contesti di potere già dati e, contemporaneamente, in mutazione. I nuovi spazi di partecipazione nascono dal conflitto-negoziato tra tendenze divergenti. I social network, ad esempio, favoriscono la partecipazione culturale, la creazione e la distribuzione di contenuti; ma al contempo strutturano queste pratiche in specifici modi limitanti (Lovink, 2012) e aperti alla sorveglianza di massa.

La pervasività dei network interattivi, la diffusione di reti globali di comunicazione, e i processi di convergenza favoriscono, in ogni caso, l'emergere di culture partecipative. Una cultura partecipativa, secondo la nota definizione dello studioso statunitense Henry Jenkins, è “una cultura con barriere relativamente basse per l'espressione artistica e l'impegno civico, che dà un forte sostegno alle attività di produzione e condivisione delle creazioni e prevede una qualche forma di mentorship informale” (2009: 57). Le forme culturali emergenti incoraggiano e conferiscono un ruolo di rilievo alla partecipazione e alla creatività individuale; contemporaneamente, sfruttando le reti digitali e l'intelligenza collettiva, favoriscono e facilitano nuove forme di creatività, di problem solving collaborativo e di relazioni sociali. I soggetti coinvolti “si sentono in qualche modo connessi gli uni con gli altri” (ibidem, 57). Le culture partecipative, nate inizialmente principalmente a ridosso di oggetti culturali legati all'entertainment, registrano, infatti, proprio il passaggio (favorito da mutazioni

tecnologiche, economiche e socio-culturali): da forme di fruizione/partecipazione culturale analizzabili attraverso l'utilizzo di categorie tradizionali come pubblici/audiences; a forme maggiormente comprensibili attraverso categorie e concetti emergenti, come quello di "networked and productive publics" (Boccia Artieri, 2012: 448). I pubblici odierni assumono un ruolo maggiormente centrale nelle dinamiche di produzione culturale e sono, allo stesso tempo, maggiormente connessi attraverso le reti globali e i social media; ciò abilita mutazioni culturali e relazionali che rendono creatività e partecipazione dal basso in grado potenzialmente di trasformare, e influenzare fortemente, le dinamiche socio-culturali.

Il potenziale trasformativo delle culture partecipative e dei networked publics è particolarmente evidente negli infiniti mondi digitali; dove nuove forme, processi e dinamiche culturali, relazionali e identitarie trovano terreno elettivo di sperimentazione, contaminazione e contagio. Le reti globali, la transmedialità dei prodotti culturali, la maggiore disponibilità di mezzi di produzione e distribuzione culturale, il desiderio diffuso di partecipazione, favoriscono una profonda ridefinizione dei rapporti tra produttore e pubblico, oggetto culturale e fruitore di questo; dissolvendo parzialmente queste distinzioni tradizionali. Gli utenti delle reti digitali non solo hanno maggiori opportunità di selezione, si fanno essi stessi produttori e distributori di oggetti culturali. L'emergere della *mass self-communication* permette agli individui e alle organizzazioni di produrre-distribuire messaggi e contenuti bypassando, in parte, il controllo delle corporation e delle istituzioni economiche e politiche. Processi comunicativi maggiormente gerarchici e centralizzati (*one to many*) vengono, parzialmente, sfidati da dinamiche distribuite (*many to many*). Gli utenti tendono ad assumere, nei processi culturali odierni, un ruolo sia di produzione attiva, in competizione o collaborazione con i media professionali, sia di *secondary gatekeeping* (Singer, 2013) o

intermediari grassroots (Jenkins, Ford, & Green, 2013). I networked publics non solo distribuiscono oggetti culturali propri, ma selezionano e ri-distribuiscono (attraverso le pratiche di condivisione e *curation*) prodotti professionali, influenzandone successo e impatto socio-culturale.

La creazione e la distribuzione di contenuti culturali è un'attività molto diffusa e multiforme, influenza campi culturali e sociali disparati. Un terzo della popolazione italiana digitale (33,35%), ad esempio, produce e distribuisce contenuti propri tramite piattaforme di condivisione e social network; mentre una quota minore, ma significativa, degli utenti crea siti web o blog (5,18%) (Istat, 2014). Gli UGC contemporaneamente guadagnano spazio nelle diete mediali e informative. Il 39,7% (Eurispes, 2015) degli italiani legge, infatti, blog. Facebook è ormai la quinta fonte di informazione per la popolazione digitale in generale (43,7%) e la prima per gli utenti più giovani (71,1%) (Censis-Ucsi, 2015).

Le dinamiche di condivisione e *curation* influenzano, inoltre, sempre maggiormente i flussi culturali; tanto che l'enfasi si sposta dagli User Generated Content agli User Curated Content. La produzione-creazione grassroots di oggetti culturali rimane centrale; ma, mentre la produzione dei contenuti di maggior successo si semi-professionalizza e riguarda un numero più selezionato di persone, la distribuzione cede parzialmente il passo alla selezione e rimessa in circolazione. Il ruolo di secondary gatekeeping assunto dagli utenti della rete emerge con forza; insieme, normalizzando le aspettative eccessive rispetto alle culture partecipative e ridefinendone il significato e le pratiche. Utenti si produttori e consumatori di cultura, ma soprattutto persone "who are shaping, sharing, reframing, and remixing media content in ways which might not have been previously imagined." (Jenkins et al., 2013: 2). Condividere video e link è un'attività comune per il 68,3% degli italiani iscritti a Facebook. Condivisione e *curation* trasformano, contemporaneamente, parzialmente le diete

informative emergenti. Il 28% degli italiani digitali riceve e consuma news tramite segnalazioni di amici su Facebook. L'11% nello stesso modo, ma attraverso la piattaforma di microblogging Twitter.⁵³

La creazione di contenuti resta, in ogni caso, centrale nelle dinamiche culturali emergenti ed è il campo sociale di attività su cui si concentrano i dubbi maggiori di molti autori. Keen (2007, 2015) sottolinea l'emergere di una cultura fondata sul dilettantismo e sul parziale rifiuto degli esperti. Il culto dell'amatoriale produce, per l'autore, un'infinita abbondanza di mediocrità, spezza i processi di conoscenza e limita la funzione degli intermediari culturali. La cultura attuale sarebbe caratterizzata, così, dall'autoespressione e da nuove forme di narcisismo, e favorirebbe poco lo sviluppo di conoscenza e la comprensione.

Altri autori, al contrario, pongono l'accento sulle ristrettezze dell'economia dell'attenzione. L'enorme massa di oggetti culturali immessi nelle reti digitali quotidianamente conquista spazi di visibilità, ma contemporaneamente una larga parte di queste creazioni non riesce a trovare un pubblico. Lovink (2007, 2012) ritiene la partecipazione e la produzione culturale un'attività importante e con un proprio autonomo valore. Il potenziale di cambiamento delle nuove forme abilitate dai network digitali e mobili si disperde, però, se i contenuti non trovano un'audience o se non si instaura un dialogo aperto tra persone, ma una forma di autopromozione e commento-narcisistico. L'autore sottolinea, inoltre, che molti oggetti culturali grassroots vengono prodotti, ma una buona parte delle audiences continua a rivolge la propria attenzione a contenuti professionali. Gli user generated content influenzano sempre più le dinamiche culturali e le diete mediali, ma una parte cospicua dei consumi culturali continua ad essere prodotta industrialmente; e sono i contenuti creati da una più ristretta minoranza semi-professionale di utenti che riescono a conquistare uno spazio di presa di parola. L'incremento delle competenze delle audiences tutte è una delle risposte possibili, a

questo problema. L'eccesso di informazioni spinge, però, le persone ad affidarsi, secondo l'autore, a 'mediatori' culturali professionali o semi-professionali per orientarsi nel vasto orizzonte dei contenuti digitali; non per incapacità nel maneggiare la quantità di informazioni, o almeno non solo, ma per risparmiare tempo e fatica. L'intelligenza collettiva e il secondary gatekeeping sono risposte plausibili all'eccesso di possibilità selettive e di contenuti, ma contemporaneamente emerge un desiderio di intermediazione culturale.

I 'leader d'opinione' tornano in auge in maniera differente, più frammentata e tematica. Questo offre ad alcune persone nuovi spazi di partecipazione e presa di parola, ma depotenzia, almeno parzialmente, il portato democratico - partecipativo della nuova situazione culturale. La differente distribuzione di competenze e potere favorisce lo sfruttamento delle emergenti opportunità da parte di gruppi sociali che, già, erano in qualche modo detentori di potere simbolico-culturale e sociale. Una nuova tipologia di 'leadership' d'opinione distribuita sta emergendo tra questi gruppi; marginalizzando, almeno in parte, la produzione culturale di una grossa fetta di utenti.

I gruppi sociali legati a professioni intellettuali sembrano, infatti, maggiormente in grado di sfruttare le nuove opportunità culturali; con un'ulteriore marginalizzazione di gruppi meno istruiti e maggiormente privi di potere. Una nuova strategia di accumulazione di capitale culturale e sociale (Bourdieu, 1983, 1986) emerge, fondandosi sull'ideologia della disintermediazione e del web 2.0. Featherstone fa notare che l'imporsi di una sensibilità post-moderna è strettamente legato alla crescita numerica di specifici intermediari culturali e di un gruppo sociale ben distinto. "L'emergere e l'espandersi di settori della nuova classe media... crea non solo specialisti della produzione e della divulgazione simbolica, ma anche un pubblico potenziale che può essere più sensibile e sintonizzato con la gamma di merci culturali e simboliche e con le esperienze che sono state etichettate come post-moderno" (1991:

64) Le teorie e le ideologie post-moderne, come quelle digitali e di rete, sono, in parte, legate a strategie di legittimazione di una frazione intellettuale; e ai desideri ed interessi di gruppi sociali che “vivono in enclavi territoriali di ristrutturazione e risviluppo progettate in modo da escludere gli estranei”. (ibidem: 153). L’emergere di nuovi *garden wall*⁵⁴ e di fenomeni di micro-celebrità chiudono il cyberspazio aperto e verticalizzano-restringono, parzialmente, le dinamiche partecipative; rispondendo, contemporaneamente: a strategie ideologiche e capitalistiche di gruppi sociali specifici; e al desiderio di semplificazione della complessità eccessiva di gran parte degli utenti. La portata dei fermenti di cambiamento in atto viene ridotta e nuove semi-giarchie e distinzioni (produttore-consumatore) sono introdotte.

Il mondo dei blog offre un esempio emblematico. Originariamente elitari, si sono trasformati, in seguito, in uno strumento alla portata di tutti. L’enorme massa di blog creati, e di post scritti quotidianamente, ha portato a una riorganizzazione del campo. Alcuni blog semi-professionali, o tenuti da professionisti dei media, hanno assunto un ruolo assolutamente centrale; mentre, la maggioranza ha visto declinare sia le visualizzazioni, che i commenti ed i link (Lovink, 2007, 2012). La nuova configurazione riconosce un discreto potere di influenza alla nuova ‘élite’ di blogger, ma insieme relega ai margini molte voci. Struttura un ambiente in cui regole ben precise, spesso tratteggiate sulla falsa riga di quelle giornalistiche, e relazioni sociali, il cui filtro selettivo diventa sempre più centrale attraverso il rimando reciproco, dettano le regole del gioco a favore di questa ‘élite’ (Singer, 2005).

L’incremento delle competenze delle audiences e la riduzione dei divari digitali sono centrali per abilitare forme maggiori e più aperte di partecipazione, ma richiedono tempo e non rispondono alla creazione, nel presente, di *participation gap* enormi; né possono eliminarli del tutto. Le culture partecipative possono favorire la formazione di competenze, la media education svilupparle e democratizzarle; ma la cultura e la partecipazione digitale sembrano

destinate a riprodurre in rete una parte delle relazioni di potere e delle dinamiche preesistenti.

Le culture partecipative, nate inizialmente a ridosso di oggetti culturali maggiormente legati all'entertainment, penetrano sempre più di frequente in tutti i campi di attività dei networked publics. Si trasformano in una dimensione essenziale e diffusa della vita quotidiana, influenzando profondamente le dinamiche identitarie e relazionali di una fetta consistente della popolazione.

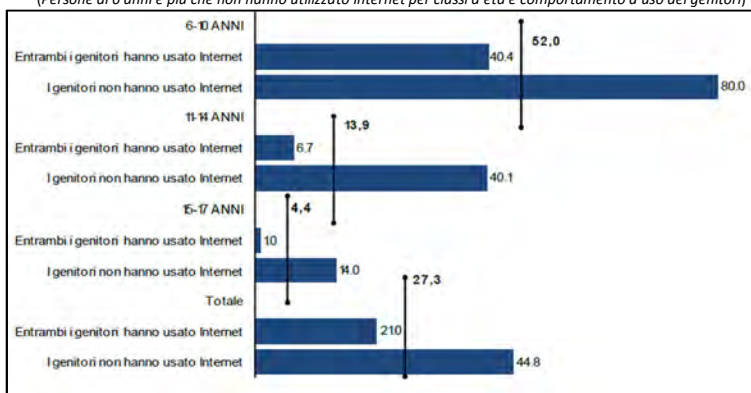
Le profonde mutazioni in corso si scontrano, però, prepotentemente contro due limiti strettamente connessi: il *digital divide* e il *participation gap*. Limiti fortemente dipendenti da ostacoli sociali e culturali che impediscono la piena partecipazione degli individui alle nuove forme culturali. Le trasformazioni socio-culturali abilitate dalle reti generano nuove, e rinforzano esistenti, marginalizzazioni a causa dell'“accesso ineguale a opportunità, esperienze, abilità e conoscenze” (Jenkins, 2009: 59) che preparano le persone a sfruttare maggiormente le possibilità e i vantaggi offerti dalle culture partecipative. E a causa della distribuzione ineguale delle *competenze*, nuove e vecchie, necessarie per partecipare ai processi culturali.

Il *digital divide* tecnologico e culturale-sociale influenzano l'accesso e l'utilizzo delle tecnologie; e, mentre, i divari di accesso si stanno riducendo, quelli relativi all'utilizzo molto meno. Più della metà (54,7%) della popolazione italiana utilizza, ad esempio, il personal computer; e il 57,3% la rete (il 36,9% quotidianamente). La crescita progressiva della diffusione di queste tecnologie, e del loro utilizzo, non elimina, però, i quasi 22 milioni di persone che ancora non utilizzano Internet, con forti differenze generazionali e relative alla condizione economica, sociale e culturale. Il tema delle competenze sembra fortemente determinante anche in questo senso. La maggioranza delle famiglie prive di accesso di rete a casa indica, infatti, la mancanza di competenze come principale motivo del mancato utilizzo del web (55,1%). Seguono motivazioni relative

alla scarsa utilità ed interesse percepiti (24,3%) e di tipo: economico (15,8%), pratico (l'8,5% accede ad Internet da un altro luogo), e relative alla tutela della privacy (1,9%). I divari di accesso e utilizzo, inoltre, per quanto si stiano riducendo in tutte le fasce della popolazione, sembrano riprodursi in base della condizione socio-culturale e alle competenze possedute dai genitori anche nelle generazioni più giovani (Istat, 2014).

Utilizzo rete, giovani e genitori

(Persone di 6 anni e più che non hanno utilizzato Internet per classi d'età e comportamento d'uso dei genitori)



Fonte: Istat (2014)

ETÀ	Condiv.	Creare	Leggere	Leggere e
	Conten. Propri	siti web o blog	giornali online	book
6-10	8,08	0,90	6,36	5,38
11-14	31,84	3,46	24,14	12,12
15-17	45,51	7,12	41,36	18,64
18-19	53,06	9,78	53,85	21,94
20-24	50,28	8,08	57,57	21,33
25-34	45,45	7,21	62,53	18,65
35-44	33,87	5,34	59,75	14,79
45-54	24,72	3,55	60,88	14,58
55-59	21,28	3,58	64,26	14,99
60-64	19,62	3,91	65,81	13,62
65-74	18,29	2,59	62,42	9,68
75 e più	15,06	1,54	66,80	11,97
Totale	33,35	5,18	55,85	15,59

Fonte: Nostra elaborazione da ISTAT (2014). Dati Percentuali.

Il *participation gap* è altrettanto influenzato da molte variabili sociali, culturali, economiche e demografiche; sembra particolarmente soggetto, però, a dinamiche generazionali e culturali-professionali. La produzione dal basso di contenuti digitali, pratica emblematica dell'emergere di culture partecipative e della trasformazione dei processi culturali, risulta a livello globale, ed in Italia particolarmente, segnata da forti asimmetrie legate all'età dell'utenza. I dati Istat (2014) fotografano una situazione in cui, a fronte del diffondersi delle culture partecipative tra i più giovani, la maggioranza degli adulti focalizza le proprie pratiche di fruizione culturale su forme medialità più tradizionali o facilmente assimilabili a queste (ad esempio, la lettura dei quotidiani online). La produzione di contenuti risulta, al contrario, particolarmente diffusa tra i giovani (18-24), produttori attivi in più della metà dei casi, e sostenuta nelle fasce d'età limitrofe. Tende a calare bruscamente tra gli adulti e gli anziani; che sembrano trasferire e riprodurre sul web dinamiche di consumo consolidate, restando in larga parte esclusi dalle pratiche culturali emergenti che richiedono maggiori competenze specifiche. Dinamiche analoghe si riscontrano per quanto riguarda l'utilizzo dei social media, il coinvolgimento in pratiche di condivisione e curation; e la conseguente assunzione di un ruolo di secondary gatekeeping.

La condizione lavorativa sembra essere un'altra variabile particolarmente influente. Se gli studenti, le persone in cerca di prima occupazione e i professionisti creano e condividono maggiormente contenuti. Operai, casalinghe e ritirati dal lavoro partecipano meno alla produzione culturale; mentre sfruttano un

po' di più modalità di fruizione offerte dalle reti digitali maggiormente simili a quelle tradizionali.

Il *participation gap* e il *digital divide* sembrano inoltre perdurare nel tempo, stando alle tendenze evolutive

individuare nei mercati dove media digitali e culture partecipative si sono diffusi più rapidamente⁵⁵, anche se riducendosi progressivamente. Il *participation gap* e la differente diffusione delle nuove competenze digitali, in sostanza, impediscono o rendono più complessa la piena partecipazione culturale ad una parte consistente della popolazione. La familiarizzazione progressiva ai nuovi strumenti digitali e le culture partecipative sembrano, però, in grado di ridurre il *participation gap* e favorire una parziale diffusione delle competenze necessarie.

La partecipazione culturale nei nuovi ambienti digitali dipende da *competenze* specifiche, nuove e vecchie⁵⁶. In parte, sviluppabili proprio tramite il coinvolgimento in culture partecipative, forme di apprendimento collaborativo e mentorship informale; ma che, d'altra parte, richiedono trasformazioni profonde nel campo dell'istruzione: sia al fine di limitare il *participation gap*, sia per sopperire ai limiti dell'apprendimento informale.

I limiti e le opportunità dei processi di apprendimento tra pari abilitati dalle culture partecipative sono stati, ad esempio, ben evidenziati da un recente studio del Pew Research Center (2013). Gli insegnanti USA intervistati ritengono i nuovi strumenti digitali, e le culture connesse, in grado di influenzare fortemente le capacità di scrittura degli studenti. Le tecnologie digitali, per il 78% degli intervistati, incoraggiano la creatività degli studenti e li stimolano a esprimersi. Favoriscono, per il 96% del campione, la distribuzione

PROFESSIONE	Condiv.	Creare	Leggere	Leggere e-book
	Conten. Propri	siti web o blog	giornali online	
Occupati	32,40	5,19	62,72	15,96
Dirigenti, Imprenditori, Liberi professionisti	33,52	7,41	71,43	20,95
Direttivi, Quadri, Impiegati	33,70	5,35	70,58	20,22
Operai, Apprendisti	30,42	4,10	49,25	8,52
Lavoratori in proprio e Coadiuvanti	31,08	4,64	55,89	12,30
In cerca di nuova occupazione	39,28	5,93	54,85	14,46
In cerca di prima occupazione	44,99	6,48	49,90	13,85
Casalinghe	22,01	1,95	47,59	9,60
Studenti	50,54	9,04	56,96	25,50
Ritirati dal lavoro	18,44	2,82	65,49	10,02
Altra condizione	32,96	3,88	61,22	14,96
Totale	34,51	5,47	59,89	16,24

Fonte: Nostra elaborazione da ISTAT (2014). Dati Percentuali.

dei contenuti personali creati e la condivisione con audiences più vaste e differenziate; permettendo così di ottenere feedback importanti e potenzialmente aiuto. Il 78% degli intervistati le considera in grado, inoltre, di incoraggiare la collaborazione tra studenti.

Il nuovo ambiente digitale e le culture partecipative favorirebbero, in sostanza, un maggiore investimento degli studenti nelle proprie creazioni e nel processo di scrittura in sé. Gli insegnati, allo stesso tempo, esprimono forti dubbi riguardo specifici effetti che l'utilizzo di strumenti digitali starebbe avendo su capacità e abitudini di scrittura dei più giovani. In particolare, per quanto riguarda: una distribuzione non omogenea di accesso e competenze digitali, una progressiva commistione di linguaggio formale e informale, l'incapacità di scrivere in maniera adeguata per audiences differenti, la scarsa disponibilità e dimestichezza nel produrre testi lunghi o su argomenti complessi, la tendenza a scrivere velocemente, senza impegnarsi troppo e a utilizzare scorciatoie... Il quadro che emerge dallo studio è complesso e contraddittorio. La ricerca sottolinea le opportunità offerte dall'apprendimento informale (tra pari) abilitato da media digitali e culture partecipative, ma al contempo ne evidenzia i limiti.

Le culture partecipative sono state, inizialmente, ritenute in grado di favorire quasi in maniera automatica l'apprendimento delle necessarie competenze. Numerosi studiosi sottolineano oggi la necessità di interventi nel campo dell'istruzione; per facilitare lo sviluppo e la diffusione delle competenze necessarie "per diventare partecipanti a pieno titolo della vita sociale" (Jenkins 2009: 61) e una più equa distribuzione di queste, limitando la formazione di possibili nuovi divari o il permanere degli esistenti. Un nuovo approccio sistemico e complesso alla media education si impone come necessità sempre più impellente. Jenkins sottolinea, particolarmente, una trasformazione profonda indotta dalle culture partecipative in tema di competenze. Le competenze necessarie, in un contesto caratterizzato da culture partecipative e networked

publics, sono in parte individuali, ma riguardano fortemente anche capacità relazionali, inerenti: il coinvolgimento in comunità estemporanee; e l'abilità di navigare-influenzare un flusso transmediale di contenuti, socialmente strutturato. La stessa enfasi posta sull'espressione individuale e sulla creatività prende forma in un contesto in cui collaborazione creativa e forme nuove di problem solving, abilitate dall'intelligenza collettiva, segnano e strutturano l'ambiente digitale e le abitudini in esso emergenti. La centralità delle relazioni e delle reti in-formano le competenze necessarie ad una piena partecipazione culturale. Le culture partecipative favoriscono lo sviluppo e si fondano su competenze nuove che "implicano quasi tutte abilità sociali sviluppate attraverso la collaborazione e il networking" (ibidem: 60). Lo slittare verso la relazionalità, la collaborazione, il sociale, delle competenze necessarie a una piena partecipazione culturale suggerisce ulteriormente di affiancare a processi informali e individuali di apprendimento, processi maggiormente strutturati e socializzati.

Un nuovo approccio sistemico alla media education può, però, difficilmente annullare completamente il participation gap, soprattutto per quanto riguarda i divari generazionali e la differente distribuzione di opportunità e competenze a causa di fattori economici e socio-culturali. Le culture partecipative tendono, così, contraddittoriamente a confermare parzialmente alcuni divari sociali e a crearne di nuovi, mentre al contempo offrono nuove ed inedite opportunità di partecipazione culturale ad un numero maggiore di persone.

Politica, Media e Partecipazione

Cap. 4

Public Spheres

“Democratic deliberation is completely overshadowed by consumerism, entertainment, nonpolitical networking and chat...” (Dahlgren, 2005: 151)

La sfera pubblica è lo spazio comunicativo dove la politica ‘moderna’ prende forma. Emerge in stretta relazione con i media e viene profondamente influenzata dalla loro evoluzione. I cambiamenti nel sistema mediale e la ‘mediatizzazione’ della politica non portano alla scomparsa delle tradizionali forme di comunicazione, ma trasformano la sfera pubblica e la politica stessa; attraverso nuove opportunità-restrizioni alla partecipazione politica e nuove modalità e linguaggi di comunicazione. La narrazione politica emerge attraverso complessi circuiti di comunicazione-confronto tra i *“contenuti di interesse pubblico-politico prodotti dal sistema politico, dal sistema dei media e dal cittadino-elettore”* (Mazzoleni, 2004: 34) Diversi sistemi mediali tendono a favorire differenti tipologie di linguaggi e modalità di comunicazione, interazione e partecipazione; differenti attori e contenuti.

La sfera pubblica⁵⁷, per Habermas, emerge nelle società moderne borghesi come spazio di discussione aperto e basato sull’argomentazione razionale di problemi di pubblico interesse. Si sviluppa in stretta relazione alla disponibilità di informazioni e

media, e si frappono tra stato e società civile, restando aperta almeno potenzialmente a tutti i cittadini o a tutti i cittadini proprietari. La sfera pubblica borghese veniva concepita, infatti, dall'autore, "in un primo momento come la sfera dei privati riuniti come pubblico; costoro rivendicano subito contro lo stesso potere pubblico la regolamentazione della sfera pubblica da parte dell'autorità per concordare con questa le regole generali del commercio". Nella società borghesi lo spazio pubblico trovava fondamento proprio "nella sfera fondamentale privatizzata, ma pubblicamente rilevante, dello scambio di merci e del lavoro sociale" (Habermas, 1962: 41). I cittadini facenti parte "del pubblico che ragiona pubblicamente" erano, di conseguenza, "soltanto i proprietari privati poiché la loro autonomia è radicata nella sfera dello scambio di merci" e "soltanto essi avevano (...) interessi privati che convergevano automaticamente nel comune interesse alla conservazione di una società borghese come sfera privata" (Ibidem: 108-134).

Habermas, in seguito, rivedendo la sua analisi storica, individua una sfera pubblica plebea sviluppatasi quasi contemporaneamente a quella borghese ed in dialettica con essa. "La sfera pubblica borghese si articola in discorsi a cui non solo il movimento dei lavoratori, bensì anche altri movimenti esclusi da essa, potevano aderire per trasformare le strutture della sfera pubblica in se stessa dall'interno" (Habermas, 1990: 20). L'emersione di una sfera pubblica plebea intreccia e affianca lo sviluppo dei spazi di discussione egemonici borghesi. La sfera pubblica borghese e liberale si fondava, infatti, su discussioni pubbliche garantite da diritti d'uguaglianza e di inclusione, che mal si accordano con meccanismi selettivi e con l'esclusione dal dibattito pubblico di una larga parte dei cittadini. "Già nel corso dell'Otto e Novecento, diventò impossibile ai discorsi universalistici della sfera pubblica borghese schermarsi nei confronti di chi li criticava dall'interno. A questi discorsi poterono collegarsi, ad esempio, movimento operaio e femminismo, con l'obiettivo di spezzare le strutture che li avevano

inizialmente costruiti come ‘l’Altro della sfera pubblica borghese’” (Habermas, 1992: 444). Il carattere pubblico delle discussioni implica, d’altra parte, per l’autore, che non vengano esclusi specifici gruppi sociali e la possibilità di accedere ad opinioni e informazioni rilevanti.

I mass media commerciali sono fondamentali per lo sviluppo della sfera pubblica, alimentano le discussioni e allenano all’argomentazione razionale. Divengono una sorta di palestra per il “pubblico dibattito delle idee”, forniscono informazioni ed argomenti, e favoriscono l’emersione di un peculiare gusto per l’“argomentazione razionale che si accende a contatto con i prodotti culturali diventati accessibili al pubblico.” (Habermas, 1962: 43).

La sfera pubblica non può formarsi ed esercitare la propria funzione di critica, stimolo e controllo rispetto alle attività dello stato, fino a quando la cultura e le interpretazioni culturali restano monopolio delle autorità burocratiche. “La discussione in un siffatto pubblico presuppone... la problematizzazione di ambiti che fin allora non si era neppure pensato di mettere in questione.” (ibidem: 51) I ‘common concern’ oggetto di discussione critica nello spazio pubblico continuavano, però, ad essere riservati al monopolio interpretativo delle autorità ecclesiastiche e statali. Lo sviluppo di comunicazioni e di beni culturali non dipendenti dalle autorità, ma dal mercato, diffonde informazioni; rendendole accessibili a tutti e più adatte alle esigenze della società civile e dei privati cittadini, in quanto pubblico. La cultura prendendo forma di merce si rende maggiormente autonoma e genera dibattito pubblico. I privati accedendo ai nuovi beni culturali profanano la cultura e problematizzano interpretazioni solitamente date per scontate. Sono costretti a ricercare “autonomamente il significato” della vita sociale e dei beni culturali “(comunicando razionalmente l’uno con l’altro), verbalizzando, e così facendo esplicitando quello che proprio in virtù del suo essere implicito aveva potuto asserire così a lungo la sua autorità” (ibidem: 52).

Habermas, attraverso l'analisi storica, sviluppa un concetto normativo di sfera pubblica. Spazio di discussione razionale su temi di interesse pubblico basata sull'argomentazione e la comunicazione pubblica. "La sfera pubblica politica è una struttura comunicativa poggiante sulla Società civile e radicata (tramite questa) nel mondo di vita" (Habermas, 1992: 426), mediante cui le decisioni pubbliche vengono prese attraverso lo scambio dialogico di argomenti pro e contro, in assenza di coercizione e forti restrizioni. La sfera pubblica garantisce, così, la legittimità dell'ordinamento democratico. "Il principio della sovranità popolare afferma che ogni potere politico nasce dal potere comunicativo dei cittadini" (ibidem: 202). La comunicazione pubblica, fondata su informazioni e dibattiti accessibili a tutti, mette in discussione il potere e l'autorità. La sfera pubblica, per l'autore, "deve tradurre la *voluntas* in una *ratio*, che si produca nella concorrenza pubblica degli argomenti privati come *consensus* su ciò che è praticamente necessario per l'interesse generale". Lo strumento di questo confronto politico è "peculiare e storicamente senza precedenti...: la pubblica argomentazione razionale" (Habermas, 1962: 103–41). L'autore propone un modello di democrazia fondato sulla discussione e l'agire comunicativo, in cui "la giustificazione delle clausole e delle condizioni di associazione procede attraverso la discussione pubblica e il ragionamento tra cittadini eguali" (Habermas, 1990: 38).

Habermas, continuando a sostenere ed ad aggiornare la sua idea di democrazia discorsiva, individua però cambiamenti sociali che limitano il dispiegarsi di una discussione pubblica, indipendente e basata su argomenti razionali. La minore separatezza di stato e società civile, dovuta all'intervento dello stato nell'economia e a fenomeni neo-corporativistici; l'inaccessibilità di tante informazioni pubblicamente rilevanti; i limiti intrinseci dei concetti borghesi di libertà e razionalità; lo sviluppo di monopoli e dell'industria culturale; ostacolano l'autonomia degli individui e ne impediscono il libero dibattito. Le società moderne, influenzate dalle industrie

culturali e dai consumi diffusi, commercializzano la sfera pubblica. La stessa formazione delle opinioni è direttamente influenzata dagli interessi economici e politici. La sfera pubblica si privatizza, rifeudalizza e “si presta ad essere adoperata come mezzo di influenza politica ed economica” (Habermas, 1962: 210). Le autorità politiche intervengono nella vita sociale e i poteri sociali assumono funzioni politiche. La pubblicità delle decisioni si riduce a causa di processi neo-corporativi. La cultura e le istituzioni sociali non favoriscono lo sviluppo di individui autonomi, capaci di esercitare facoltà critiche e di partecipare ad un libero dibattito pubblico.

È il pubblico raziozinante, l'agire comunicativo razionale, la società civile, il centro focale della teoria dell'autore; pubblico le cui condizioni di esistenza sono, però, mutate. Habermas auspica la ricostruzione di una sfera pubblica composta di liberi individui con funzioni critiche nei confronti della sfera politica, ma non chiarisce come ciò possa avvenire nel nuovo contesto sociale; in cui proprio la distinzione società civile-stato viene messa in gioco e la sfera pubblica è solcata da volontà comunicative tutt'altro che razionali.

Il concetto di sfera pubblica è stato criticato per l'eccessivo legame con uno specifico contesto storico-sociale e il forte legame con una concezione normativa e razionale dei dibattiti pubblici. L'evoluzione tecnologica e delle industrie mediali ha poi costretto a rivedere alcuni concetti di fondo, per analizzare spazi pubblici differenti in contesti socio-culturali variegati.

La sfera pubblica per Dahlgren è “a constellation of communicative spaces in society that permit the circulation of information, ideas, debates... and also the formation of political will” (2005: 148). La politica e le tematiche politiche emergono attraverso azioni comunicative e discorsi; “discourses of different kinds, and to a large extent discourses in the modern world circulate through the media.” (Dahlgren, 2013: 21) L'autore individua, di conseguenza, tre dimensioni costitutive della sfera pubblica: struttura, rappresentazione ed interazione (Dahlgren, 1995). La

prima ha a che fare con le strutture e le istituzioni dei media e, più in generale, della società. La seconda dimensione riguarda i contenuti dei media, mentre la terza le interazioni tra i cittadini. Le tre dimensioni danno forma alla sfera pubblica e all'ambiente culturale e politico. Ogni dimensione suscita questioni specifiche riguardo la natura della sfera pubblica in un determinato contesto. Il controllo e la proprietà dei media e la legislazione relativa (struttura) influenzano, ad esempio, la libertà di espressione e l'accesso ai media. Le modalità di rappresentazioni sollevano questioni centrali per lo sviluppo di un pubblico dibattito informato, come: pluralismo dei punti di vista, frame ideologici utilizzati, costruzione della agenda, accuratezza... Le opportunità o restrizioni all'interazione tra cittadini, gli stimoli o disincentivi alla partecipazione presenti in un contesto, sono centrali per l'efficace e 'democratico' funzionamento della sfera pubblica.

Dahlgren, inoltre, pluralizza il concetto. "Public sphere is far from unitary; empirically, it consists of vast numbers of communicative spaces, sprawling social fields of almost immense variety." E sottolinea la diversa capacità di queste sfere pubbliche multiple di influire sulle decisioni politiche. "These multiple spheres are by no means equal in terms of access or political impact. Some are socially and politically more 'mainstream' and situated closer to the powers of decision-making. Others are geared more towards the interests and needs of specific groups, emphasizing, for example, either the need for collective group identity-formation or the ambition to offer alternative political orientations, that is, subaltern, counterpublic spheres" (Dahlgren, 2009: 72–73). Molte di queste sfere pubbliche sono deboli perché distanti dalle strutture decisionali e politiche, o a causa di meccanismi di esclusione che limitano l'impatto di determinate opinioni sulle scelte politiche. Altre volontariamente non partecipano, temporaneamente, al dibattito sociale più vasto perché sentono di essere marginalizzate e prive di potere, provano così a dar forma a nuove identità politiche e a forme alternative di azione. È all'interno di questo complesso scenario che va

interpretato l'impatto dei media digitali interattivi sulla sfera pubblica.

Le reti digitali, per Dahlgren, portano ad una maggiore sovrapposizione e confusione delle due dimensioni della rappresentazione e dell'interazione; ed offrono maggiori opportunità di partecipazione. "Alternative political opinions, actors, and movements have more options, more space in which maneuver". (2009: 55) Contemporaneamente, le maggiori opportunità offerte potrebbero portare ad un'eccessiva frammentazione e dispersione della sfera pubblica. Le reti digitali abilitano l'espressione di un numero più ampio di punti di vista, ma l'estrema varietà degli spazi comunicativi potrebbe favorire la frammentazione eccessiva e creare ghetti virtuali isolati e separati. "Cyber ghettos threaten to undercut a shared public culture and the integrative societal function of the public sphere, and they may well even help foster intolerance where such communities have little contact with—or understanding of—one another." (2005: 152) I ghetti virtuali, le isole sperdute nell'oceano digitale, potrebbero disconnettersi a tal punto da rendere la comunicazione-comprensione reciproca non realizzabile e la stessa costruzione discorsiva della comunità politica un obiettivo strutturalmente incerto.

I media digitali interattivi, per l'autore, offrono, in definitiva, "a very viable possibilities for civic interaction but clearly cannot promise a quick fix for democracy" (ibidem: 151). Le maggiori opportunità di partecipazione possono essere, infatti, sfruttate sia da forze progressiste che antidemocratiche; e i media digitali favorire tendenze diverse e contraddittorie. "New media technology con promote civic empowerment, while at the same time they render citizens more vulnerable to surveillance and control". (Dahlgren, 2009: 55)

Dahlgren non sottovaluta, però, il forte impatto che le reti digitali possono avere sulla sfera pubblica e sul 'democratic involvement'. Le media digitali e interattivi hanno alterato le strutture profonde

delle sfere pubbliche. Le mutazioni indotte agevolano e stimolano la partecipazione e l'impegno politico-democratico. "The Internet clearly can make a difference... In making available vast amounts of information, fostering decentralization and diversity, facilitating interactivity and individual communication, while also providing seemingly limitless communicative space for whomever wants it, at speeds that are instantaneous, it has redefined the premises and character of civic engagement". (Dahlgren, 2011: 16) Engagement, passione, sviluppo di: competenze, conoscenze, culture e identità civiche, tutti presupposti per la partecipazione attiva; sono proprio i campi in cui, per l'autore, le reti digitali hanno un maggiore impatto.

Storytelling e Partecipazione

“The rationalist bias tends to discount a wide array of communicative modes that can be of importance for democracy, including the affective, the poetic, the humorous, the ironic...” (Dahlgren, 2005: 151)

Le molteplici mutazioni delle industrie culturali, e la crescente pervasività-diffusione dei media, alterano le modalità e gli spazi in cui il dibattito e la competizione politica si svolgono e vengono rappresentati. Nuove forme di narrazione e di partecipazione politica emergono negli ambienti stratificati del vivere odierno, in cui digitale e ‘reale’ si confondono, fondono e ibridano.

La narrazione e la rappresentazione della politica nei mass media è mediata da giornalisti-professionisti, che svolgono un ruolo di ‘gatekeepers’ tra cittadini e politici. I media digitali interattivi offrono ai politici maggiori opportunità di contatto diretto e non filtrato con i cittadini; e a questi ultimi nuove e più numerose occasioni e modalità per un’attiva partecipazione e presa di parola. La narrazione politica è centralizzata e professionalizzata nei media di massa; politici e giornalisti ne hanno il controllo quasi completo. I media digitali e mobili abilitano nuove forme di narrazione politica maggiormente partecipate e danno forma a una comunicazione politica maggiormente complessa, multifforme e diffusa.

Il ‘racconto’ politico è meno centralizzato e controllabile, nasce dallo scontro-confronto di tendenze opposte e di contenuti molteplici, prodotti da un numero maggiore di attori. Le relazioni comunicative tra politici, media professionali e cittadini vengono modificate in maniera profonda; e il controllo narrativo scivola e fluttua in una serie infinita di interazioni e comunicazioni multimediali e multiplatforma. La narrazione politica non ha più un centro, un unico o un limitato numero di autori, ma molti centri e un autore collettivo e diffuso.

L'analisi delle nuove forme di narrazione e partecipazione deve, però, porre particolare attenzione ai rapporti di potere preesistenti e alla differente capacità di gruppi, individui, sistema politico e sistema mediale di influire sull'agenda politica e di dar forma al 'senso comune'. Le opportunità di partecipazione si svuotano di gran parte del proprio significato se sistema politico e industrie culturali riescono a definire la salienza delle issues e il framing all'interno del quale devono essere interpretate. Se i contenuti prodotti dagli utenti riproducono la stessa agenda, gli stessi criteri di selezione e trattamento dei temi, e lo stesso quadro ideologico proposto da media professionali e politici; il potenziale dirompente delle nuove modalità di comunicazione viene fortemente ridimensionato e i nuovi spazi vengono 'addomesticati' ed adattati ai preesistenti rapporti di potere e formazioni ideologiche.

L'agenda politica e i frames pubblicamente utilizzati per discutere un tema si formano attraverso il confronto-scontro-negoziato tra i contenuti di pubblico interesse prodotti e distribuiti da: politici, partiti, lobby, sindacati, ONG, organizzazioni, media e cittadini. Solo un numero limitato di issues otterrà attenzione pubblica in un gioco a somma zero, un'economia della scarsità, in cui i media tradizionalmente rivestono un ruolo molto centrale. I news media non possono imporre punti di vista, ma sono molto efficaci nel segnalare i temi più importanti a cui rivolgere la propria attenzione. Attribuiscono salienza a specifiche issues tra le tante disponibili e proposte da persone e gruppi a vario titolo parte del dibattito pubblico. I politici, ad esempio, provano a imporre la propria agenda e i temi da loro ritenuti più importanti; avendo a loro volta un notevole potere di influenza. Lo stesso fanno organizzazioni sindacali, lobby, gruppi monotematici... per reclamare attenzione verso tematiche a loro care o di proprio interesse. Stabilire la salienza, l'importanza, di un'issue, influenzare la percezione pubblica di essa, è, infatti, centrale nei processi di formazione dell'opinione pubblica, nella formulazione di policy e nel formarsi di decisioni politiche. "Placing an issue on the public agenda so that it

becomes the focus of public attention and thought – and, possibly, action – is the initial stage in the formation of public opinion.” (McCombs, 2014: 2) I molti temi presenti nella società vengono selezionati da varie organizzazioni medial, politiche e sociali; e da singole persone nella varietà infinita dei propri ruoli sociali. Le specifiche e divergenti agende culturali e politiche si scontrano per imporre le proprie tematiche, per influenzare l’agenda pubblica-politica, “to setting the agenda” e costruire “a consensus about the most important issues” (ibidem: 37).

L’agenda-setting⁵⁸ non riguarda, però, soltanto i temi in discussione; a un secondo livello seleziona e connette *attributi*, caratteristiche principali, a un’issue o personaggio e ne influenza la salienza. Gli attributi definiscono l’issue “and in some instances tilt public opinion towards a particular perspective or preferred solution” (ibidem: 51). Influenzare la prospettiva, il punto di vista con cui viene discusso un tema, significa esercitare un potere sul dibattito pubblico e sulle possibili decisioni politiche. Definire un’issue, influenzare l’immagine mentale che le persone ne hanno, è uno strumento molto efficace di lotta politica. Ancor più lo è stabilire come issues e attributi sono intrecciati e connessi tra loro, un terzo livello di influenza attraverso cui viene attribuita importanza a determinate relazioni e non ad altre.

I processi di costruzione dell’agenda pubblica sono fortemente segnati dalla costruzione di frame interpretativi. Framing, per Entman⁵⁹, significa “to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and / or treatment recommendation for the item described”. (Entman, 1993: 52) Il framing è un processo interpretativo, attraverso cui nuovi temi e contenuti culturali vengono connessi a preesistenti esperienze, messaggi, tematiche, sistemi di conoscenza. “I frame sono reti neuronali di associazione... Il framing consiste nell’attivare specifiche reti neuronali” (Castells,

2009a: 175); nell'associare, attraverso le parole e le immagini, 'fatti', personaggi e issue a specifici campi semantici, frame concettuali e precedenti esperienze. Il framing, per Lakoff (2004, 2008), è una modalità di pensiero molto influente in politica e, insieme, una modalità di azione. I frame stimolano e attivano specifiche interpretazioni e azioni, soprattutto se riescono a collegare il tema a schemi abituali di pensiero e azione o a narrazioni emotivamente cariche. Le narrazioni connettono, infatti, vari frame in un racconto archetipico o 'originale', ma che risuona con l'emotività profonda e connette concetti astratti, ruoli sociali e issues all'esperienza di vita e ai contesti quotidiani.

Framing e narrativizzazione di avvenimenti e issues divengono armi per attivare attenzione, pensiero, emotività e azione. Strumenti per acquisire potere e visibilità; per influenzare la percezione culturale di un tema e i processi politico-decisionali.

La costruzione maggiormente decentrata, distribuita, complessa, multiforme e diffusa delle narrazioni politiche; e le maggiori opportunità per i cittadini di partecipare alla formazione dell'agenda e alla definizione dei temi e dei frame culturali, abilitate dai media digitali e mobili; hanno suscitato forti speranze di cambiamento e di rinverimento delle pratiche democratiche.

La mass self-communication, ad esempio, per Castells, favorendo la creazione e la distribuzione, in maniera economica e flessibile, di contenuti politici e permettendo di raggiungere un pubblico potenzialmente di massa; rende più probabile l'emersione di informazioni e punti di vista differenti, e l'interazione sociale tra i cittadini e tra questi e i politici. (Castells, 2009a) La maggiore complessità della comunicazione e la partecipazione politica dei cittadini non garantiscono, però di per sé, secondo diversi autori, l'ampliamento dei punti di vista e dei temi presenti nel dibattito pubblico. Agre (2004), ad esempio, ritiene che, durante le discussioni politiche, molto spesso le persone tendono semplicemente a ripetere i punti di vista espressi da opinion maker

professionali e politici. Altri autori sottolineano più che l'accresciuta capacità di produrre e diffondere nuovi contenuti e punti di vista, il ruolo di 'secondary gatekeeping' assunto dai pubblici grazie alle pratiche di 'curation' (Jenkins et al., 2013; Singer, 2013). Ruolo che potrebbe influire più o meno profondamente sulla selezione e tematizzazione delle issues, ma all'interno di una preselezione effettuata da media professionali, politici e gruppi che a vario titolo partecipano al dibattito pubblico.

McCombs ritiene il potere di agenda di media professionali e politici ancora forte nel nuovo nuovo ambiente digitale. La fruizione di specifici programmi o testate è, infatti, meno determinante del consumo complessivo di news tramite differenti media. L'esposizione ad un numero maggiore di fonti di informazione non necessariamente ne fa decrescere l'influenza sulla selezione dei temi oggetto di dibattito, grazie: all'effetto di ripetizione che crea una percezione d'importanza dell'issue, e all'omogeneità dei differenti canali di informazione rispetto alle tematiche di maggiore interesse⁶⁰. Omogeneità dovuta a pratiche, routine e culture; ma contemporaneamente all'influenza esercitata da determinate testate editoriali sull'intero ecosistema (Intermedia agenda-setting). "The elite news media frequently exert a substantial influence on the agenda of other news media." (2014: 128) I media professionali stabiliscono tra di loro relazioni simboliche, competitive e di potere. Si influenzano ed imitano vicendevolmente, rendendo la copertura delle notizie più simile attraverso i vari canali e testate; favorendo, di conseguenza, l'emersione di una chiara percezione d'importanza dei temi. I media d'élite di solito esercitano un'influenza decisiva sugli altri, ma Lim (2013) riscontra fenomeni relazionali stratificati e complessi, maggiormente reciproci, nei nuovi ambienti digitali. Le testate online si monitorano vicendevolmente e tendono ad imitare copertura giornalistica e 'taglio' delle notizie l'uno dell'altro. I più popolari esercitano un notevole potere, ma contemporaneamente tendono a copiare titoli e news dei concorrenti.

I politici esercitano, nel nuovo ecosistema mediale, un potere di agenda e framing forse addirittura accresciuto: dalla possibilità di aggirare i mediatori culturali ed entrare in contatto diretto con gli elettori; e, contemporaneamente, dalla semplicità con cui possono influenzare le redazioni giornalistiche come fonti di attraenti sound bite.

Parmelee, intervistando diversi giornalisti, ha riscontrato, ad esempio, una forte influenza dei tweets dei politici sulla selezione delle notizie da coprire, su fonti d'informazione e citazioni utilizzate, e sulla narrativizzazione delle tematiche⁶¹. "Leaders' tweets are: story idea generators, tip sheets, sources of quotes and data, places to find diverse sources, resources for background information, and fact-checking tools." (2014: 446) I tweets dei politici sono utilizzati per: dare rapidamente e per primi notizie ed informazioni, aggiungere valore alla storia raccontata, offrire una visione interna al sistema politico che ne facilita la comprensione, e per citazioni che arrivano rapidamente al punto.

Le nuove possibilità di comunicazione e interazione offerte dalle reti digitali si innestano, inoltre, in un ambiente sociale e culturale solcato da squilibri di potere. Schudson sottolinea particolarmente la capacità delle relazioni di potere preesistenti, e del sistema politico, di influenzare e sfruttare le trasformazioni indotte dai cambiamenti nel sistema dei media. "The Internet does not erase existing structures of politics. If it gives to ordinary citizens new tools for gathering information and expressing views, think of how much more it offers to political professionals who spend forty to eighty hours a week on politics, not forty to eighty minutes."⁶² (Schudson, 2003: 57)

Il successo dei siti e degli account social dei politici ne è un chiaro esempio, attraverso essi i candidati aggirano il filtro giornalistico per entrare direttamente, senza mediazione, in contatto con gli elettori. La disintermediazione della politica potrebbe portare a rapporti più diretti tra rappresentanti e cittadini, avvicinare la politica alla vita

quotidiana e permettere un controllo più puntuale dei politici da parte dei cittadini; o favorire la manipolazione e la propaganda.

Il ruolo minore dei mediatori culturali non deve, infatti, essere necessariamente considerato un risultato positivo per la democrazia. Barber (2003, 2004), ad esempio, ritiene che questo possa favorire la manipolazione dei cittadini. “Mediators and gatekeepers, whether we call them editors, teachers, pastors, novelists, journalists, or philosophers, all help us make sense of the world... But to think democracy is better served by eliminating mediators is to opt not for liberty, but for anarchy and the fertile ground it proffers to the true manipulators.” Le nuove tecnologie digitali favorirebbero l’incremento di informazioni, ma non di conoscenza e comprensione sociale. La conoscenza è, per l’autore, alla base della competenza politica. “Unmediated, raw information lends itself to manipulators”. (2003: 43–44) Il rapporto maggiormente diretto tra politici e cittadini creerebbe, in questo modo, spazi per forme di manipolazione e di populismo acceso.

Le reti digitali possono favorire l’incremento dei punti di vista e dei temi politicizzati o restringere ulteriormente la sfera pubblica e prestarsi a nuove forme di controllo e populismo. Le relazioni di potere preesistenti possono addomesticare il disordine digitale in molti modi. Uno dei modi più utilizzati è quello di esercitare potere culturale e ideologico al fine di riportare i fermenti emergenti sotto controllo, cooptarli ideologicamente.

Kperogi, studiando un sito di ‘user-generated citizen news’ lanciato da un conglomerato mediale, ha riscontrato tentativi da parte della multinazionale di normalizzare la produzione grassroots e di depotenziare-controllare le forme emergenti di partecipazione. La corporation, per l’autore, persegue “a transformist hegemonic agenda that protects and preserves traditional industrial journalism from the threats of the plethora of citizen media that the internet has enabled through its strategic extension of the discursive formation of journalistic practices.” (2010: 327) Il sito, attraverso

l'‘imposizione’ di uno specifico concetto di news che, contemporaneamente, nega e si richiama a quelle pratiche; provava: a generare consenso nell'utenza esclusa in precedenza da quel modello di giornalismo, e a disciplinare-appropriarsi di forme di giornalismo nate all'esterno delle pratiche professionali. Il conglomerato mediale normalizzava i “non-professional citizen journalists first by making its news values seem like, as Gramsci would say, the ‘common sense’ values of all and then by legitimizing these values not so much by manipulation as by active consent... This conduces to the evolvment of a consensus news culture that sutures the contradictions between citizen journalism and corporate, mainstream journalism.” (ibidem: 326) L'autore è attento a sottolineare che il tentativo della multinazionale è di sovente contestato e che siamo di fronte ad un processo mai definitivo, come ogni forma di lotta egemonica. “There is a perpetual process of negotiation and renegotiation.” (ibidem: 327).

Jenkins, Ford, e Green (2013) riscontrano tentativi simili, ma sono maggiormente ottimisti rispetto alla possibilità che il nuovo ecosistema mediale favorisca la partecipazione delle audiences e dei cittadini e l'espressione di punti di vista differenti. Le culture partecipative emerse tramite le reti interattive tendono, per gli autori, a rifiutare processi di normalizzazione e incorporazione che si scontrano contro i propri valori e interessi. Le reti digitali e mobili abilitano, inoltre, forme di attivismo da parte di consumatori e cittadini che possono ridefinire le relazioni di potere in campo economico e politico, contrastando il disciplinamento egemonico. “Networked communities can “call out” companies they collectively perceive as acting counter to the community’s interests, and their access to tools of mobilization and publicity means they can inflict some real damage.” (ibidem: 175)

Le maggiori opportunità di informazione e comunicazione, in ogni caso, non si traducono in maniera automatica in partecipazione. Una partecipazione informata richiede un notevole sforzo di

acquisizione di informazione e costruzione di senso che, in un contesto saturo e complesso come gli infiniti mondi digitali odierni, può risultare proibitivo per i più.⁶³ Le persone spesso si informano quanto basta per rendersi conto della situazione e monitorare l'ambiente sociale, utilizzano scorciatoie informative per prendere decisioni sul se e come partecipare.

L'information overload e l'eccesso di possibilità sono, infatti, sempre più difficili da gestire. "While cyberspace is conceptually infinite, cybertime is not infinite at all." Berardi introduce il concetto di cybertime "the ability of the conscious organism to actually process (cyber-spatial) information" (2009: 44), parlando di psicopatologia collettiva connessa all'estrema abbondanza di comunicazioni e dati da processare. Andrejevic ritiene che l'emergere delle reti digitali e i cambiamenti sociali in corso creino una situazione culturale (infoglut), in cui i "traditional models of representation and comprehension are called into question not just by the sheer volume of data, but by a reflexive awareness of its incompleteness: its partiality" (2013: 17). L'odierno eccesso di informazioni è difficilmente gestibile e comprensibile, si è così costretti a scorciatoie cognitive e a decisioni fondate su sensazioni vaghe ed istinto. Le persone cercano modi "to find a shortcut that bypasses the need to comprehend proliferating narrative or referential representations." (ibidem: 17) L'estrema abbondanza di oggetti culturali, narrazioni e 'verità' rendono più complesso dare senso al mondo, "obscures rather than clarifies the picture", così si applicano strategie di semplificazione per prendere decisioni, "including a reliance on intuition and gut instinct rather than informed deliberation" (ibidem: 24)

La spettacolarizzazione e la personalizzazione della politica vanno inserite in questo contesto, complesso e disorientante. L'eccesso di informazioni, l'impossibilità di una 'piena' comprensione, l'assenza di una 'verità' stabile, l'emersione dell'emotività come fattore decisionale, favoriscono forme spettacolari di cultura politica; in

grado di offrire informazioni semplificate, coinvolgenti e cariche di significati personali, comprensibili e emotivamente coinvolgenti: *affective facts* e *insight*. La spettacolarizzazione della politica permette di aggirare la necessità di comprendere l'enorme quantità di narrative differenti e divergenti; e di prendere decisioni basate su istinto ed emotività. Van Zoonen (2005) e Baum (2003) sono convinti che forme soft e coinvolgenti di informazione riescano ad avvicinare la politica alla vita quotidiana delle persone e a fornire informazioni utili. I programmi più leggeri, l'infotainment e le soft news, possono rendere le tematiche politiche più attraenti e creare interesse verso di esse, contemporaneamente forniscono narrazioni e framing per dar senso al sistema politico.

Le reti digitali, per Castells (2009a), amplificano la logica emotiva e scandalistica della politica mediatica. Scavalcando la funzione di gatekeeping e selezione-controllo dei media professionali, alimentano un vasto oceano di voci e teorie del complotto difficilmente falsificabili; visto che "each piece of counter-evidence is treated as further proof of the magnitude of the conspiracy" (Andrejevic, 2013: 96) e che ogni narrativa e 'verità' diviene parziale e contestata. Le reti digitali, inoltre, permettono a chiunque di diffondere ed esporre i comportamenti giudicati errati in maniera istantanea ed efficace. Creano nuove forme di visibilità.

Gli scandali, le soft news e gli *affective fact* si trasformano, così, in "key political operator", mentre "the breakdown of logico-discursive reasoning and the accompanying decline of the empirical fact" (Massumi, 2010: 64) rende ogni verità parziale, un atto di fede per cui non c'è contro-argomentazione necessariamente efficace. Scandali e *affective fact* divengono armi centrali nella lotta per il potere. "Power relies not on the attempt to control and monopolize the realm of empirical facts, but upon... the attempt to channel or shape the ambient sentiment around particular issues", personaggi e problemi. Il conflitto di discorsi, narrative e ideologie si trasforma in modulazione di affetti. "The 'modulation' of affect comes to serve

as a strategy for management and control.” (Andrejevic, 2013: 96–97)

Le reti digitali e mobili abilitano nuove forme di narrazione politica maggiormente partecipate, complesse, multiformi e diffuse; ma i fermenti e i cambiamenti culturali e politici che prenderanno forma negli ambienti stratificati del vivere odierno non sono scontati. Le reti interattive permettono una maggiore partecipazione, ma il genere di cultura e di spazi politici che ne emergeranno verrà determinato da conflitti concreti di potere e modalità creative di utilizzo.

I media interattivi possono stimolare e agevolare una maggiore e più profonda partecipazione dei cittadini alla vita pubblica; o favorire gruppi sociali più limitati.

Il *participation gap* si conferma, infatti, ampio, negli ambienti digitali, anche per quanto riguarda le attività e i comportamenti più direttamente politici. Le generazioni più giovani e le persone di status socio-culturale medio-alto risultano maggiormente interessati e in grado di sfruttare le opportunità di partecipazione offerte. Gli adulti-anziani e le persone di status socio-culturale medio-basso sono meno inclini a esprimere opinioni politiche online o a partecipare a consultazioni e votazioni su temi sociali. I maschi, inoltre, esprimono più di sovente opinioni (22,6% vs 18,2%) e partecipano maggiormente a consultazioni digitali (11,1% vs 9,7%). Competenze, età, istruzione, interesse, e percezione-convinzione di poter influire sembrano determinanti nello spiegare i differenti atteggiamenti e le divergenti strategie sociali.

ETÀ	Esprimere opinioni online su temi sociali o politici	Partec. online a votazioni su temi sociali o politici	PROFESSIONE	Esprimere opinioni online su temi sociali o politici	Partec. online a votazioni su temi sociali o politici
6-10	0,98	0,16	Occupati	21,04	11,83
11-14	10,14	2,44	<i>Dirigenti, Imprenditori, Liberi prof</i>	22,61	14,02
15-17	24,21	6,19	<i>Direttivi, Quadri, Impiegati</i>	22,78	14,23
18-19	25,89	11,76	<i>Operai, Apprendisti</i>	18,30	7,46
20-24	30,06	12,87	<i>Lavoratori in proprio e Coadiuvanti</i>	19,35	10,79
25-34	28,41	13,39	In cerca di nuova occupazione	25,11	11,53
35-44	21,34	10,61	In cerca di prima occupazione	29,57	9,33
45-54	18,03	11,36	Casalinghe	13,28	6,95
55-59	16,68	10,35	Studenti	29,30	12,23
60-64	13,69	13,55	Ritirati dal lavoro	14,02	9,71
65-74	13,95	9,83	Altra condizione	20,22	13,02
75 e più	11,20	6,95	Totale	21,95	11,34
Totale	20,49	10,42			

Fonte: Nostra elaborazione da ISTAT (2014). Dati Percentuali.

Il *participation gap* influisce profondamente sul tipo di culture partecipative e di spazi pubblici digitali che emergeranno attraverso conflitti socio-culturali e utilizzi creativi delle tecnologie. Le nuove forme di partecipazione finiscono, in molti casi, per rappresentare “una nuova complementare risorsa per quelle persone che sono già impegnate nella vita pubblica” (Bentivegna, 2002: 35). Una risorsa strategica per determinati gruppi sociali relativamente privi di capitale politico ed economico, ma ricchi di capitale culturale e sociale. L’esclusione di voci e punti di vista limita, però, il potenziale di cambiamento dei fermenti culturali e politici abilitati dalle reti digitali e mobili.

I media digitali, allo stato attuale della ricerca scientifica, sembrano, infatti, offrire maggiori opportunità di partecipazione a tutti (o, meglio, a tutte le persone che hanno accesso alle reti e competenze basilari); ma favorire maggiormente persone con uno status socio culturale medio-alto e piccoli gruppi motivati e organizzati; élite secondarie, gruppi politici precedentemente esclusi dai mass media, e gruppi monotematici e flessibili.

Identity & Engagement

“a user-generated confessional technology, soliciting its participants for ever-increasing amounts of visual disclosure.” (van Doorn, 2010: 423)

“Only small babies, and among adults perhaps only insane people, become involved in whatever they experience with complete abandon to their feelings here and now; and again only the insane can remain totally unmoved by what goes on around them.” (Elias, 1956: 226)

L’ambiente digitale, dove tutto si rimescola e ibrida, amplifica la commistione dei generi culturali; imprimendo un’ulteriore accelerazione alle tendenze preesistenti di personalizzazione e spettacolarizzazione della politica. La politica, confondendosi e fondendosi ancor maggiormente con l’intrattenimento, deve raccontare storie, emozionare, offrire sogni e visioni, stimolare desideri.⁶⁴

Il comportamento politico è, infatti, condizionato dalle emozioni. Le emozioni attivano e generano interesse e permettono di trarre senso dall’ambiente sociale, ma non escludono forme più razionali di comprensione; stimolano e si intrecciano con esse. Emozioni diverse possono spingere a decisioni affrettate, istintuali e basate su precedenti esperienze, o a valutare con attenzione le informazioni specifiche prima di agire. L’ansia, ad esempio, in un ambiente o in una situazione politica non familiare e percepita come pericolosa-rischiosa, spinge a un’attenta valutazione delle informazioni e a maggiori sforzi per comprendere il senso delle tematiche oggetto di dibattito. L’ansia è, infatti, una reazione a una minaccia esterna su cui non si ha controllo e si associa a comportamenti prudenti e a valutazioni strategiche. La rabbia, al contrario, nasce dalla frustrazione di un desiderio e “porta all’elaborazione imprudente degli eventi”.

“Gli appelli emotivi e le scelte razionali sono meccanismi complementari, la cui interazione e il cui peso relativo nel processo decisionale dipendono dal contesto del processo.” (Castells, 2009a: 180–182) Il contesto di vita quotidiano della maggioranza delle persone è ad un tal punto stratificato, complesso e saturo di informazioni da rendere più probabile l’adozione di meccanismi decisionali emozionali. Le narrazioni divergenti, le specifiche interpretazioni ideologiche dell’ambiente sociale, i discorsi di potere e verità, sono talmente tanti da rendere parziale ogni significato del mondo e del sé. Trarre senso riflessivamente dall’infinita varietà sociale e culturale è sempre più un processo complicato e instabile. Le emozioni, la loro incarnazione in bodyscape pubblici, la loro modulazione, divengono elementi centrali del conflitto politico e, insieme, per i cittadini comodi e semplici strumenti-segnali-simboli da utilizzare per dare senso al mondo e a se stessi.

La spettacolarizzazione e la personalizzazione della politica favoriscono la semplificazione della complessità sociale, facilitano il monitoraggio dell’ambiente politico e stimolano interesse. L’infotainment abilita, si fonda e diffonde processi cognitivi misti, in cui le emozioni assumono un ruolo centrale. La politica deve far desiderare e sognare, rendersi attraente, imbellettarsi per la danza dell’intrattenimento. Scandali⁶⁵, soft news e *affective facts* sostituiscono parzialmente issues, dibattiti e argomentazioni. “Scandal replaces debates, and emotional confessions become the dominant form of political self-definition . . . politics is relocated from the realm of social conditions to that of the affective and scandalous.” (Grossberg, 1992a: 277)

La narrazione politica genera mood e desideri (*mood politics*). Politica ed entertainment si confondono, politici e star sono sempre più intercambiabili. Le nuove modalità di contatto diretto tra politici e cittadini trasformano, infatti, il rapporto tra i due attori politici in qualcosa di ancor più simile al fandom musicale e televisivo.

Barack Obama, uno dei leader politici più attenti alle nuove forme di narrazione politica e di rapporto con il cittadino elettore, durante la sua prima campagna presidenziale⁶⁶, utilizza abilmente diversi media e piattaforme per instaurare, almeno in maniera limitata, un rapporto diretto e dis-intermediato con l'elettorato. Offre agli elettori numerose possibilità e modalità di partecipazione. Instaura relazioni significative con gli attori maggiormente riconoscibili ed autorevoli dei social media. Integra contenuti ironici generati dagli utenti nella definizione della propria immagine politica, dando forma ad una costruzione-narrazione di se stesso, come politico, parzialmente decentrata, partecipata e condivisa⁶⁷. Tutta questa complessa rete di rapporti e contenuti è efficace, non tanto perché predispone le forme di partecipazione, le integra nella sua campagna e abbate parzialmente la distanza con l'elettorato; piuttosto, perché comprende a pieno le nuove forme del discorso e della narrazione politica emergenti.

Il discorso politico di Obama è musicale, offre ampie visioni, stimola desideri e azione-partecipazione, lascia intravedere una terra promessa, una meta. "Obama articulated an image of himself as an inspiring political authority who does not expect a 'blind' or rationally motivated form of obedience. He spoke about authority as a reciprocal and communicative, two-way, power relationship... in order to get people with different, and sometimes even incompatible, identities and projects freely to accept that cooperation across all conventional boundaries may be the only way to resolve the common challenges and problems of the United States" (Bang, 2009: 18).

La messa in scena, la narrazione, l'incarnazione specifica suscitano-diffondono-stimolano speranza e si contrappongono alla paura⁶⁸ (entrambe emozioni centrali⁶⁹ nelle dinamiche politiche). Permettono di dar un senso emotivamente coinvolgente: al sociale, riscrivendolo in una narrazione storica positiva di ampio respiro; e a se stessi, come parte di una nuova avventura americana. Obama, in un momento difficile della campagna elettorale, 'riscrive'⁷⁰ l'intera

storia Americana e dei rapporti razziali; senza nasconderne le ombre e riuscendo a coniugare richiami a valori politici tradizionali e a tendenze culturali e sociali emergenti in un'unica narrazione trionfale di libertà e cambiamento; di perenne lotta del popolo americano per il miglioramento della propria società (A More Perfect Union).

Obama, carne e pixel fusi e confusi, è l'incarnazione postmoderna di quella lotta, la realizzano del sogno americano della felicità e del successo per tutti e, insieme, incarna un nuovo sogno: un'America post-raziale, dove il problema della razza dopo tanti conflitti si trasforma in risorsa distintiva⁷¹; un'America di nuovo capace di accettare sfide difficili e vincerle, dopo la paura e la paranoia post 11/9.

Obama racconta una storia, senso-desiderio si fondono e stimolano l'immaginazione e la partecipazione. Incarna un sogno.

Incarnando un sogno, si trasforma in simbolo capace di semplificare l'estrema complessità e diversità sociale. Unisce in un unico progetto le differenze estreme attraverso l'incarnazione simbolica di un discorso emotivamente coinvolgente. Non attraverso la riduzione a un comune denominatore, bensì mediante una narrazione e un'incarnazione specifica che permettono a tutti di ritrovarvisi, di costruire un senso del mondo e del sé positivo e adattabile, fluido.

Obama è una star. "La Star è il nostro specchio comune. Il grande riflettore e il kibbutz delle nostre fantasie... Un essere unico e multiplo in cui ciascuno s'identifica e che si identifica con tutti." (Séguéla, 1985: 18–19) La star genera fandom e senso. Il rapporto tra politico e cittadino-elettore, dal punto di vista del secondo, diventa, infatti, almeno parzialmente, un mezzo per: esprimere la propria identità personale, costruire-rappresentare il sé; e dar senso al sociale, forma ad aspirazioni e sogni. Essere fan di Glee, Renzi, Justin Bieber, Marx, Amy Winehouse, Amnesty International o Niki

Vendola nei social network sites tende ad equivalere e a rispondere, fortemente, ad esigenze di comunicazione-costruzione del sé.

La confusione tra politici e personaggi dello spettacolo genera panico morale e rischia di trasformare la politica in una messa in scena, in una narrazione fantastica, in cui i leader acquisiscono un potere simbolico enorme. Nuove forme di populismo e manipolazione potrebbero, così, generarsi dall'emergente sistema culturale e politico.

Una narrazione coinvolgente e carica di emozioni può, però, contemporaneamente, ri-avvicinare il sistema politico alla vita quotidiana, e rendere i discorsi astratti maggiormente comprensibili e significativi per la vita quotidiana delle persone. L' 'identificazione' tra candidati e cittadini non è irriflessiva e automatica; anzi può essere creata dalle persone per riflettere su se stessi e sul mondo, provare piacere e produrre significati adatti alla propria situazione sociale.

I Cultural Studies hanno studiato le fiction e la creazione di legami con specifici personaggi in termini proprio di riflessività, engagement, piacere e produzione di significato.

Il piacere popolari e il senso, spesso, infatti, scaturiscono proprio dall' articolazione tra un personaggio e le audiences. L' articolazione, per essere piacevole, deve essere produttiva, deve offrire la possibilità di creare significati sociali e del sé rilevanti per le audiences; offrendogli al contempo un senso di empowerment, un senso di autostima, una visione di se stessi piacevole e positiva. Le fan di Madonna 'identificandosi' con la cantante costruiscono un sé maggiormente assertivo e traggono, da questo: sia un senso diverso delle relazioni di genere, sia il piacere di un maggiore potere sul proprio corpo e nelle relazioni con l'altro sesso. I fan di Obama, provenienti dai ghetti divisi ed esclusi, 'identificandosi' con il politico, carne e pixel, costruiscono un sé maggiormente inclusivo, positivo e assertivo; traendone: un senso diverso delle relazioni razziali e della propri condizione sociale; e il piacere-potere di

deformattare il proprio corpo in vista della nuova frontiera americana.

La personalizzazione nei media scaturisce da tendenze organizzative e sociali, ma viene esaltata dalla capacità dei personaggi pubblici di porsi come spazio identificativo e stimolare riflessività personale e relazionale.

Mulvey (1975), in uno studio ormai classico sul cinema Hollywoodiano, riteneva la costruzione visuale delle pellicole, così, determinate e potente da costruire un'identificazione univoca con lo sguardo voyeuristico maschile. Lo spettatore veniva posizionato, in maniera sostanzialmente automatica ed incosciente, e traeva piacere dall'onnipotenza' di questo sguardo, dalla possibilità di osservare ogni cosa, i più oscuri segreti delle vite private degli altri. Il piacere scaturiva, per l'autrice, dal potere concesso da questa particolare costruzione ideologica dello sguardo patriarcale. L'identificazione, per Freud, è "l'assimilazione di un Io a un Io estraneo, in conseguenza della quale il primo Io si comporta sotto determinati riguardi come l'altro, lo imita, lo accoglie in certo qual modo in sé. Non inopportuno l'identificazione è stata paragonata all'incorporazione orale, cannibalistica della persona estranea." (1917: 175) La proiezione del lettore nel personaggio è involontaria, incosciente; è sedotto dal testo che lo sommerge.

I Cultural Studies, come si è visto, hanno contestato una simile posizione teorica, principalmente attraverso il concetto di articolazione. L'articolazione è il processo, non necessario, attraverso cui i significati potenziali di un testo e le soggettività mutevoli si connettono; all'interno di specifici contesti sociali, segnati da discorsi differenti e conflitti di potere. Le audiences non vengono 'posizionate', investono in alcune posizionalità ed in altre no.

Identificazione, nelle teorie culturali contemporanee, è un concetto che, se utilizzato, si riferisce, principalmente, alla connessione creata tra un personaggio di una narrazione e le audiences. Questa connessione risulta di grande importanza nelle

pratiche culturali ed è fortemente determinante dei piaceri e significati che possono essere tratti da qualsiasi artefatto culturale. Molte ricerche sulle audiences hanno dimostrato la centralità dell'identificazione nelle pratiche culturali. Attraverso di essa si possono condividere le emozioni e le esperienze del personaggio e speculare su come ci si sarebbe comportati nelle situazioni, da questi, esperite. L'identificazione permette di entrare nel mondo finzionale ed esperirlo.

Le audiences sono sedotte e sommerse in maniera non determinata e complessa dai testi e dai suoi personaggi. Sono in grado di scegliere tra differenti personaggi e mantengono, almeno, un parziale controllo di questa identificazione, di questo investimento emotivo.

Implication – extrication è, per Fiske, la dinamica che contraddistingue l'articolazione tra audiences e personaggi della narrazione. L'articolazione, non necessaria, è costruita dalle audiences e può essere, sempre, 'interrotta'. "Implication – extrication is closely connected with pleasure and unpleasure, with liking and disliking, and with the real and unreal." (Fiske, 1987: 1975) L'implicazione dipende dai gusti, dai discorsi sociali e dalle alleanze mobili di cui il soggetto è portatore. Le audience scelgono di proiettarsi sui personaggi che maggiormente corrispondono alla propria situazione sociale e ai propri 'credo'. Scelgono identificazioni che siano in grado di offrire piaceri e significati. L'implicazione è, inoltre, "always accompanied by the knowledge that implication is a willing act of the viewer and that extrication is instantly possible... the choice of implicating oneself or not is an important source of the pleasure of implication." (ibidem: 175) Il controllo, l'essere in grado di entrare e uscire dal mondo finzionale, offre cospicui piaceri alle audiences, mentre l'imposizione di un'identificazione non sarebbe in grado di farlo. "There is no pleasure in being dupe." (ibidem: 175)

La capacità delle audiences di 'saltare' dentro e fuori il mondo finzionale, di perdersi nei caratteri e insieme di prendere le distanze

da essi, è stata individuata da molti ricercatori. Una buona parte del piacere popolare scaturisce “from this complex viewing position in which the viewer is simultaneously self-implicated in, and self-extricated from, the text.” (ibidem: 175)

I fan dell’horror, per diversi autori⁷², riescono a gestire la tensione, generata da questa tipologia di fiction, e a trarne piacere, alternando processi, e momenti, di immersione nel mondo narrativo e di distanziamento da esso (ad esempio, attraverso la focalizzazione sugli effetti speciali in sé). Pinedo ha coniato la definizione di ‘recreational terror’, che si fonda proprio su processi oscillanti di immersione e distanziamento. “Recreational terror... depends on the tension between special-effects realism and awareness of its artifice.” (1997: 55)

Buckingham, analizzando la relazione tra un gruppo di studenti londinesi e un serial di successo, ha riscontrato una logica non dissimile all’opera. I giovani fan oscillavano, continuamente, tra stati emotivi differenti. “They were by turns moved, deeply involved, amused, bored, mocking and irreverent” (1987: 200) La profonda immersione nella realtà narrativa veniva sostituita, secondo logiche imprevedibili ed ibride, da processi di presa di distanza (spesso, attraverso l’ironia). Gli studenti, in alcuni momenti, sembravano prendere sul serio il mondo narrativo e giudicarlo-analizzarlo dall’interno come se fosse ‘reale’. In altri momenti, prendevano le distanze dalla storia e dai personaggi, assumendo un punto di vista del tutto esterno. “Although they clearly enjoyed the game of make-believe, they were also... well aware that it was only a game. Yet the pleasures gained through this willing suspension of disbelief were, if anything, enriched by the pleasures gained from questioning and, in many instances, ridiculing the artifice.” (ibidem: 172-180)

L’articolazione tra audiences e personaggi narrativi pone in questione le rigide barriere tra ‘fantasia’ e ‘realtà’; ed è in questa collisione che risiede il piacere di ‘esperire’ mondi narrativi complessi. La sospensione dell’incredulità permette di entrare nel mondo narrativo, ma non ne nega la natura finzionale. È un gioco

che mette in discussione-fluidifica i confini tra fantasia e realtà; “and in that game an imaginary participation in the fictional world is experienced as pleasurable.” (Ang, 1985: 49) La fantasia non è un modo per scappare dalla realtà, o almeno non soltanto. “The social subject moves easily along the modal scale from fantasy to more direct social experience; each feeds the other, each informs and is read into the other.” (Fiske, 1989b: 124) La fantasia è un’esperienza intima e privata che può dar forma a strategie di resistenza e opposizione, in uno spazio interiore che non può mai essere completamente colonizzato. “Fantasy is an important political part of popular culture: making a resisting sense of one’s social relation is prerequisite to developing the will and the self-confidence to act upon them.” (ibidem: 125)

La narrazione politica emotiva e i suoi ‘eroi’ possono stimolare processi di riflessività personale-sociale e azione politica. Una comunicazione più formale potrebbe al contrario allontanarsi dal vissuto delle persone e risultare fredda e poco coinvolgente, quindi generare apatia. La commistione del discorso politico con i generi popolari apre il sistema politico ai desideri, ai piaceri e ai gusti popolari. Empowerment, costruzione di significati oppositivi o rilevanti, produzione e partecipazione vengono stimolati dalle articolazioni create con i personaggi della fiction, come con i politici-star. I simboli politici si trasformano in strumenti di riflessività sociale popolare.

L’identità personale e sociale, riflessivamente costruita, è centrale nelle pratiche di appropriazione culturale e di azione politica. Le reti digitali e mobili offrono numerose modalità di espressione e formazione dell’identità; si trasformano in ambiente elettivo per la costruzione del sé e la comprensione del sociale, in uno spazio di sperimentazione e creazione di senso e differenza.

L’appropriazione localizzata e contestualizzata dei flussi culturali globali, da parte degli attori sociali, crea e ri-genera differenze; attraverso processi creativi e riflessivi. Le reti digitali e mobili si

prestano e stimolano questo lavoro costante. Depositi infiniti di materiali culturali grezzi; ambiente sociale in cui la creatività riflessiva, l'immaginazione, può prendere forma; spazio relazionale di sperimentazione; strumento di esaltazione e disseminazione di questa pratica sociale.

Le narrazioni politiche e non per stimolare la creatività riflessiva devono, però, riuscire a coinvolgere, nelle pratiche culturali e politiche che abilitano, le differenti audiences. Emergere dal rumore di fondo e aprirsi al piacere e alla costruzione di senso, generare engagement.

Le persone selezionano alcuni degli artefatti culturali tra i tanti disponibili e instaurano, con essi, relazioni, più o meno intense, che si posizionano lungo un continuum tra 'involvement' e 'detachment'⁷³. "Normally adult behaviour lies on a scale somewhere between these two extremes." (Elias, 1956: 226) 'Involvement' e 'detachment' sono concetti che si riferiscono ad equilibri instabili e cangianti assunti dalle persone nei loro rapporti con altre persone, oggetti e, più in generale, con l'ambiente naturale e sociale. "The very existence of ordered group life depends on the interplay in men's thoughts and actions of impulses in both directions, those that involve and those that detach keeping each other in check." (ibidem: 226). Ogni società e ogni cultura sviluppano dei pattern emotivi e di comportamento che danno forma al 'corretto' equilibrio tra coinvolgimento e distacco. "The way in which individual members of a group experience whatever affects their senses, the meaning which it has for them, depends on the standard forms of dealing with, and of thinking and speaking about, these phenomena gradually evolved in their society." (ibidem: 227) Questi standard emotivi e comportamentali condizionano la gamma di atteggiamenti assunti dagli individui. Le persone esperiscono ciò che li circonda con modalità variabili di coinvolgimento e distacco, ma queste modalità sono socialmente costruite e condizionate.

Nello studio delle dinamiche culturali e politiche emergenti, ciò, che diviene centrale è, proprio, quali forme culturali stimolano

maggiore o minore 'involvement' in specifiche persone o gruppi sociali; e per quale ragione.

La discriminazione popolare seleziona tra i testi, prodotti dalle industrie culturali, quelli che entreranno a far parte del repertorio della popular culture. I criteri base che guidano questa selezione sono, per Fiske, funzionali più che estetici. I testi saranno popolari se riescono a integrarsi nel tessuto della vita quotidiana e a instaurare una relazione intensa con le audiences. Relevance (pertinenza/interesse), produttività semiotica, e flessibilità dei modi di consumo, sono i criteri che guidano la discriminazione popolare e spiegano, almeno parzialmente, i differenti livelli di *engagement* che un testo suscita in persone diverse. Audiences differenti troveranno maggiori o minori elementi di rilevanza in uno specifico artefatto culturale. I giovani studenti australiani (Hodge & Tripp, 1986) riuscivano ad instaurare un rapporto di rilevanza tra la propria condizione di subordinazione istituzionalizzata (scuola) e quella di un gruppo di prigioniere (carcere)⁷⁴. Scuola – carcere è un'articolazione non banale e non implicita nel testo, ma le due istituzioni hanno molte caratteristiche in comune. Lo stesso testo abiliterà la creazione di numerose articolazioni, ma non tutti i gruppi sociali, e non tutte le persone, ritroveranno in essa punti di rilevanza altrettanto forti. Il tessuto della vita quotidiana, in cui, le audiences sono immerse è molto variegato e oggetti culturali diversi saranno più o meno capaci di articolarsi con esso. La struttura segmentata e ripetitiva delle soap opera, ad es., è particolarmente adatta a situazioni di visione in ambienti sociali saturi di distrazioni e ad audiences impegnate in altre attività. La particolare sintonia tra soap opera e audiences di genere femminile è, almeno parzialmente, dovuta alla struttura narrativa di questo genere che facilita la visione 'distratta' (ma non per questo poco coinvolgente). Tale caratteristica si articola alla perfezione con le impellenti e continue richieste del lavoro domestico e questo fa sì che il genere soap si integri in maniera efficace nella vita quotidiana delle

audiences di genere femminile. La ripetitività e segmentazione del genere, probabilmente, è meno adatta, o anche disturbante, per fasce di audiences immerse in un diverso contesto.

La maggiore o minore polisemia e adattabilità dell'artefatto culturale è, però, per Fiske, la caratteristica che maggiormente determina la sua capacità di coinvolgere gruppi sociali molto differenti tra loro. Le persone desiderano gradi di chiusura testuale differenti a secondo della propria posizione nelle strutture di dominio sociale. Una persona che si trova in una condizione di forte subordinazione sceglierà testi maggiormente polisemici; chi, invece, riesce a ritrovare maggiori punti di contatto con l'ideologia dominante, codificata nei testi, sceglierà generi maggiormente chiusi. Fiske (1987) spiega in questi termini le differenze esistenti tra generi televisivi che attraggono maggiormente audiences di genere maschile o femminile. Solo generi maggiormente polisemici sono in grado di stimolare una relazione intensa con audiences di genere femminile, perché l'ideologia patriarcale dominante tende a non riconoscere i problemi e le necessità femminili. I generi maschili possono, al contrario, essere maggiormente chiusi a causa della differente condizione sociale delle audiences di genere maschile.

È la posizione all'interno delle strutture di dominio, per Fiske, che determina in definitiva il maggiore o minore *engagement* con specifici testi, discorsi o narrative.

Una prospettiva teorica differente, ma complementare ritiene che l'*engagement* sia determinato da discorsi sociali e da processi di costruzione identitaria-distinzione. Hills (2005b) ritiene il piacere una questione di performance culturali e discorsi sociali che tentano di definirlo. All'interno di questa microfisica del piacere, le audiences articolano la propria identità attraverso processi di distinzione sociale. L'*'engagement'* viene costruito nella dialettica performance – discorsi.

I discorsi sociali tentano, per Hebdige, di definire i vari testi e generi in accordo a obiettivi morali, estetici ed ideologici; le persone

si appropriano di questi testi e generi, al fine di esprimere un diverso insieme di concetti morali, estetici ed ideologici. È necessario, per l'autore, tracciare una cartografia dei gusti per capire perché specifiche merci culturali attraggono specifici gruppi sociali. I giovani inglesi delle classi popolari⁷⁵ sono 'engaged' dai testi della popular culture americana in reazione ai gusti dominanti e ai discorsi sociali delle élite che tentano di definirli come banali e commerciali. In questo contesto, i film americani si trasformano in strumenti per un diverso discorso sociale dal basso, per mantenere viva la propria differenza. "Those terms which had been negatively defined by established cultural elites were inverted." (2002: 71)

Le persone usano i consumi culturali per effettuare distinzioni sociali e per costruire un'identità personale. Il sé, nella società contemporanea, è "un progetto simbolico che l'individuo costruisce attivamente sulla base dei materiali simbolici a sua disposizione, materiali che l'individuo ordina in un racconto coerente a proposito di chi egli sia – un racconto della sua identità" (J. B. Thompson, 1998: 293) Le audiences investiranno emotivamente in materiali simbolici utili alla costruzione di questa narrazione del sé. Saranno attratte dai testi che possono essere utilizzate per mettere in scena performance efficaci, piacevoli e in grado di restituirgli una sensazione di empowerment.

Le performance culturali implicano, sempre, però, un rapporto con l'altro; invocano lo sguardo. L'altro che cercano, spesso, non è un altro generico, ma un'audiences 'reale' o 'immaginaria' specifica. Baym ritiene che i media favoriscano la 'social interaction'. Le audiences usano i media per sviluppare e sostenere relazioni sociali. "The social dimensions take over from the textual ones as an audience becomes a community" (2000: 19). L'interazione sociale favorita dai testi mediali è importante, quanto il consumo stesso dell'artefatto culturale. Le persone si appassionano alle storie e ai personaggi che favoriscono un'interazione sociale significativa e piacevole.

Tutti questi approcci teorici si focalizzano su aspetti socio-culturali che condizionano e danno forma all'emergere di engagement verso specifici artefatti culturali. Fiske sottolinea maggiormente l'importanza dei contesti quotidiani di vita e della posizione che si occupa nelle strutture sociali di dominazione. Hills la costruzione sociale delle passioni culturali attraverso la dialettica tra discorsi e performance. Hebdige la formazione sociale dei gusti. Baym la centralità delle relazioni sociali. Tutti, anche se in maniera diversa, l'importanza delle dinamiche riflessive di creazione ed espressione del sé. Le persone sviluppano passioni culturali all'interno dei rapporti di potere, dei discorsi sociali differenti e dei micro-contesti in cui sono immersi; al fine di creare relazioni sociali significative e sviluppare una narrazione piacevole del sé.

Le diverse teorie possono essere integrate per sviluppare analisi più complete. Gli adolescenti, di sovente, sviluppano gusti e passioni culturali contrari a quelli dei propri genitori. In parte, questo è spiegabile nei termini di micro-contesti di vita e di resistenza alla propria condizione di subordinazione generazionale. Passioni culturali 'scandalose', 'disgustose' possono essere interpretate come una 'ribellione' al potere disciplinare esercitato dai genitori e dagli insegnanti, o più in generale, dagli adulti; un modo di dar senso alla propria condizione di subordinazione, ma senza accettarla. Nascono, almeno in parte, dal gusto per il proibito e dalla ricerca di uno spazio personale. Kermode spiega l'emergere della propria passione adolescenziale per l'horror in maniera non dissimile. "What was captivating was the electrifying atmosphere, the sense of watching something that was forbidden, secretive, taboo. It was, indeed, my first real experience of discovering something that was uniquely *mine*, something that existed outside the domain of my parent' control and authority." (1997: 57) Simili passioni, di solito, però, hanno anche motivazioni differenti. Sono una reazione a discorsi sociali più ampi. Un modo per esprimere la propria identità differente attraverso i propri gusti divergenti e, 'scandalizzando' l'occhio disciplinare, guadagnare visibilità pubblica.

La performance culturale inscenata sviluppa e mette in scena una narrazione del sé adolescenziale autonomo e irriverente; richiede l'ingresso nello spazio pubblico adulto, ma insieme ne rifiuta il codice dominante. Costruisce un'identità differente. Questa identità divergente e non generica abilita, simultaneamente, relazioni sociali nel gruppo dei pari e costruisce 'comunità' di gusto. La passione culturale si forma all'interno di micro-contesti multipli e dei discorsi sociali e disciplinari che in essi circolano, esprime un senso del sé e invoca relazioni sociali significative.

Jenkins riporta un altro esempio di passione culturale che può trovare spiegazione solo ibridando gli approcci analizzati. Durante un viaggio, l'autore incontra, in una piccola cittadina della Georgia, una ragazza fan degli anime giapponesi. Jenkins spiega il fenomeno attraverso il concetto di 'cosmopolitismo pop', un modo per sfuggire, attraverso un prodotto mediale globale, al "clima parrocchiale della propria comunità" e sviluppare una "'solidarietà semiotica' con quanti nel mondo condividono gli stessi gusti e interessi." (2008: 181–185) L'autore ritiene, sostanzialmente, che l'engagement specifico sia nato in reazione a discorsi sociali locali e al fine di sviluppare interazioni sociali significative. Probabilmente, anche in questo caso, sono presenti altri elementi. La passione per gli anime difficilmente sarà stata condivisa dai genitori della ragazza, che è possibile non vedessero di buon occhio il piacere provato nel travestirsi (cosplay) come i personaggi dei cartoni. La ragazza tramite il proprio fandom, probabilmente, esprimeva un'identità distintiva rispetto alla maggioranza dei suoi coetanei-concittadini e, simultaneamente, creava relazioni e amicizie; sia all'interno del club locale di appassionati sia con coetanei, residenti in altri luoghi, con la stessa passione. Inoltre, non solo fuggiva dai discorsi sociali parrocchiali del luogo, ma prendeva le distanze da più ampi discorsi sociali e, forse, dalla stessa cultura americana 'classica'. E non è da escludere che reagisse, anche, a una condizione sociale di subordinazione sia generazionale sia sociale - lavorativa (cassiera in un negozio).

Farrer riporta un caso simile di passione cosmopolita, seppur inserito in un contesto diametralmente differente, ed arriva a conclusioni, per certi versi, non dissimili da quelle di Jenkins. Lo studioso analizza, in Cina, la formazione di culture giovanili legate alla frequentazione di discoteche. "Large commercial discotheques are spaces where youth experience the larger society beyond their neighborhoods and their family and work life, sites for experiencing a glamorous modernity." (1999: 481) L'autore sottolinea come queste culture giovanili più che formazioni 'alternative' o 'sub-culturali' (articolazioni di una differenza 'autentica') siano spazi di ingresso nella cultura commerciale globale. Il fenomeno è particolarmente interessante, al contrario, perché i giovani cinesi, sviluppando una passione per un genere culturale commerciale, possono articolare una propria differenza rispetto ai discorsi sociali locali e, probabilmente, alle generazioni adulte, cresciute in un contesto più chiuso. In questo caso, la resistenza si appropria della cultura globale e la gioca contro una diversa cultura egemonica locale. La passione per la discoteca nasce dall'incrocio di discorsi sociali circolanti a differenti livelli; ma è connessa, anche, all'articolazione del sé all'interno del gruppo dei pari. Gli spazi della discoteca e la comune passione favoriscono l'interazione sociale tra coetanei. La passione cosmopolita distingue, inoltre, da coetanei meno cosmopoliti per scelta o per costrizione. Le discoteche permettono a un crescente numero di giovani cinesi di entrare in contatto con la cultura globale, ma sono spazi "to which access was increasingly structured by geografic and class inequalities." (ibidem: 489) Questa restrizione di accesso favorisce l'utilizzo di tale tipologia di consumi culturali al fine di distinguersi da chi non può partecipare alla 'modernità glamour'.

Le persone possono, in alcuni casi, inoltre, istaurare una relazione intensa con testi in grado di fare appello, e validare, particolari forme di capitale culturale. Analizzando le strategie intertestuali di due filoni horror Hills (2005b) nota come, richiamando diverse

tipologie di capitale culturale, siano in grado di appassionare audiences differenti. I romanzi di Kim Newman incorporano molti riferimenti a romanzi letterari di genere horror, entrati a far parte del patrimonio culturale non di genere (es. *Dracula* di Bram Stoker), a teorie letterarie e accademiche sull'horror, e soprattutto al capitale culturale dei fan del genere. I testi di Newman, grazie a questa strategia, riescono ad attrarre, fortemente, i fan del genere e a ricevere una buona accoglienza, anche, in ambito accademico e letterario. *Scream*⁷⁶, al contrario, ha pochi riferimenti esterni al genere o alla letteratura horror canonizzata ('classica'), mentre ne ha molti (ma meno dei romanzi di Newman) al capitale culturale di genere. I riferimenti sono, però, ironici e principalmente agli horror 'commerciali', che non fanno parte del canone 'artistico' di molti fan. La strategia di *Scream* respinge sia la maggioranza degli accademici, che molti fan (non amano i riferimenti ironici del film e non vi ritrovano il proprio capitale culturale).

Le persone possono, a volte, essere particolarmente attratte da artefatti culturali che si muovono all'interno del proprio orizzonte di aspettative e ri-confermano la validità del proprio capitale culturale o sub-culturale.

Alcuni autori hanno provato a utilizzare concetti psicanalitici per cercare di spiegare l'engagement culturale, attraverso 'object-relation theory'. Questa tipologia di teorie psicanalitiche tenta di studiare come le identità personali vengono costruite attraverso le relazioni instaurate con gli altri e con gli oggetti; e "how we 'introject' (take inside the self) aspects of others while expelling or 'projecting' out elements of our internal self." (Hills, 2002: 97)

Sandvoss, utilizzando un simile approccio, arriva alla conclusione che gli oggetti di passione sono estensioni del sé. "The relationship between fans and their objects of fandom is based on fan's self-reflective readings and hence narcissistic pleasures, as fans are fascinated by extensions of themselves, which they do not recognize as such." (2005b: 121) L'autore è convinto che le persone

siano attratte dai testi maggiormente in grado di funzionare come specchi ed estensioni del sé, riconfermando identità, gusti e alleanze sociali già costituite.

Hills ritiene, al contrario, che le audiences si lasciano, e desiderano essere, sorprese. Il fan incontra, in un primo momento, per caso, l'oggetto che diverrà la propria passione e, solo in un secondo momento, quest'oggetto viene familiarizzato, incorporato nel sé. Recupera, da Bollas (1993), il concetto di 'aleatory object', "a cultural artifact, or other person, that is initially encountered by chance and that then allows creative aspects of the 'authentic' self to be powerfully experienced and engaged with." (Hills, 2005a: 802) E sviluppa il concetto di 'cyclical fandom' per dar conto dello scivolare del coinvolgimento delle audiences da un oggetto all'altro, attraverso processi riflessivi e non-riflessivi di 'engagement'. Il concetto introdotto serve all'autore per dar conto "of fan identity that is open to multiple revision and rewriting without prior fan objects necessarily being viewed as embarrassing, inauthentic, or deficient. This leads to the emergence of patterns of (routinized) surprise in iterated media consumption and fandom." (ibidem: 804)

Hills individua legami più complessi e flessibili tra il sé e gli oggetti di passione, maggiormente aperti e ciclici di quelli teorizzati da Sandvoos. Le persone cercano sia specchi in cui riflettersi, sia oggetti culturali sorprendenti per aprirsi al nuovo e alla mutazione del sé. L'engagement è, probabilmente, un processo ciclico. L'attore si imbatte in qualcosa di nuovo e sorprendente con cui, simultaneamente, riesce a stabilire una qualche connessione. Man mano l'oggetto diviene un'estensione del sé, uno specchio in cui ci si ritrova facilmente. L'attore desidera, o incontra per caso, un nuovo sorprendente oggetto che stimola una nuova passione e una parziale trasformazione del sé. Le persone, a secondo dei differenti momenti e contesti, cercano maggiormente un'estensione del sé statico o una trasformazione del sé; in un ciclo complesso di engagement e distinzione.

Un differente approccio teorico ritiene l'engagement dipendente dall'instaurazione di una relazione affettiva tra oggetto culturale e gruppi sociali variegati. "Affect is what give 'color', 'tone' or 'texture' to our experiences... It defines the strengths of our investment in particular experiences, practices, identities, meanings, and pleasures." (Grossberg, 1992b: 57) Gli affetti guidano i nostri investimenti emotivi in differenti tipologie di pratiche; formano delle mappe che orientano le audiences. Come una pratica, un testo, una merce, un politico, un discorso possono instaurare una relazione affettiva con le persone è stato, però, poco analizzato dagli studiosi accademici; qualche utile indicazione ci giunge dal marketing.

Il marketing relazionale si propone di attivare-stimolare un rapporto più intenso e duraturo con il consumatore. La relazione con il consumatore, per Castellet, "deve svilupparsi sulla falsa riga delle dinamiche proprie di un matrimonio dal momento che una azienda deve saper corteggiare e conquistare la fedeltà dei propri clienti" (2003: 93). Per stimolare engagement, i testi e le merci devono corteggiare e sedurre le audiences.

Roberts definisce 'lovemarks' i brand che riescono ad instaurare una relazione amorosa con i propri consumatori. Questa relazione non può essere creata dal nulla perché dipende dagli investimenti affettivi dei consumatori, ma esisterebbero principi guida che favoriscono la creazione di engagement. La strategia di base deve prevedere passione per ciò che si fa. "If you're not in Love with your own business, they won't be either." (2005: 76) E rispetto per il consumatore, attraverso l'assunzione di responsabilità. Roberts individua ulteriori tre caratteristiche in grado di stimolare lo sviluppo di relazioni affettive con i consumatori: mystery, sensuality, intimacy.

Mystery scatena emozioni, rende relazioni ed esperienze più complesse ed interessanti. "Mystery... lies in the stories, metaphors, and iconic characters that give a relationship its texture. Mystery is a key part of creating Loyalty Beyond Reason." (ibidem: 86) *Mystery*

apre al sogno ed ispira, attraverso le icone, i miti e le storie che racconta. Seduce, incanta e incatena.

Sensuality sfiora e seduce i sensi. I sensi sono la porta d'ingresso attraverso cui suscitare emozioni. "Our senses work together, and when they are stimulated at the same time, the results are unforgettable" (ibidem: 106 e 108). L'esperienza sensuale assume valore iconico, ri-definisce e scatena piacere. I sensi sono sommersi e l'io trasformato dalla sensualità avvolgente.

Intimacy riguarda tre diversi aspetti: empathy, commitment, passion. "Love comes in many shapes. One of the strongest is the enduring Love built on intimate understanding." L'empatia crea una profonda sintonia e una profonda comprensione. L'impegno è il fondamento di una relazione di lunga durata. La passione "is the intensity and rush that accompanies only the strongest emotions" e tiene viva la relazione (ibidem: 139). L'esperienza di consumo entra nella sfera d'intimità delle persone, si connette a emozioni profonde, sviluppa relazioni significative.

I criteri individuate dal marketing non sono direttamente generalizzabili all'engagement in ogni genere di pratica culturale; ma offrono spunti di riflessione. L'engagement stimola l'instaurazione di una relazione forte, duratura, intima, emotivamente avvolgente e intensa. Oggetti culturali sensuali, empatici e vibranti di passione sono, probabilmente, maggiormente capaci di suscitare una simile reazione; come il corteggiamento dei produttori o dei politici può essere ben gradito da una parte delle audiences e dei cittadini.

Le forme emergenti di narrazione politica vanno a inserirsi in un ambiente stratificato, complesso, saturo di sensuali richiami culturali, e privo di chiari confini spaziali o sociali; ma, insieme, caratterizzato da differenziazione estrema e creazione di nuovi ghetti imposti o scelti. L'economia dell'attenzione diventa determinante in una competizione spietata dove, da una parte, c'è spazio per l'infinita proliferazione di narrative e 'verità' differenti,

dall'altra suscitare emozioni ed engagement è sempre più complesso. La politica deve farsi seducente, stimolare desideri, aprirsi alla creatività riflessiva per emergere dal rumore di fondo e connettersi ai cittadini. "Without passion people lack energy and commitment to take action... in order to become politically involved... people must *care* about an issue, they must have some *vision* of how things ought to be done, and they must have *hope*." (C. Hall, 2005: 215–216) La narrazione politica emotivamente avvolgente abilita distinzione, conferisce senso ed empowerment, stimola partecipazione e azione.

Non tutti i cittadini sono, però, ugualmente interessati a partecipare alla vita pubblica. In particolare, la combinazione di interesse, engagement, accesso, competenza-conoscenza ed identità sembra rilevante nel determinare il grado di partecipazione politica. Senza interesse ed engagement non c'è partecipazione, ma contemporaneamente la passione da sola non genera azione. "For engagement to become embodied in participation... there must be some connection to practical, do-able activities, where citizens can feel empowered" (Dahlgren, 2009: 81).

La partecipazione politica è un fenomeno complesso dipendente da molte variabili. Dahlgren ritiene, ad esempio, la semplice disponibilità di maggiori opportunità di partecipazione non sufficiente a stimolare l'impegno dei cittadini. "The motivation for participation cannot be reduced simply to the presence of the digital media per se, then the disposition for engagement obviously must come from other sources" (2011: 17). Il processo attraverso cui le persone diventano cittadini (becoming citizens) (2006) e lo sviluppo di culture civiche sarebbero centrali nel determinare la partecipazione politica. "Robust civic cultures are necessary prerequisites for participation and for the vitality of public spheres" (Ibidem: 19). L'impegno politico sussiste, in sostanza, se le persone sono in grado di percepirsi come cittadini e partecipanti; e ritengono che la propria partecipazione politica possa avere una qualche efficacia. Identità sociali e narrative politiche adeguate alle

esigenze e ai desideri delle persone devono essere disponibili e riuscire a connettersi con i cittadini; ovvero l'ambiente socio-culturale deve abilitare la creazione di "plausible narratives of the self that link citizenship to the rest of everyday life." (Couldry, Livingstone, & Markham, 2010: 188) Un investimento personale forte è, inoltre, un prerequisito alla partecipazione. Un simile investimento, una simile connessione, "must be sustained by individuals and facilitated by the wider social, cultural and governmental context." (ibidem: 181) L'engagement deve risultare, inoltre, soggettivamente significativo, scaturendo da un misto di passione e razionalità, e coerente con il proprio senso di sé e con il contesto in cui la vita quotidiana prende forma. Dahlgren individua, complessivamente, sei dimensioni, strettamente interrelate, delle culture civiche in grado di influenzare la partecipazione politica: conoscenze, valori, fiducia, spazi, pratiche, skills, ed identità (2009).

I media digitali per quanto non garantiscano la partecipazione politica la facilitano e stimolano. "These media certainly help to facilitate the preconditions for participation, by providing access to resources that can foster civic agency." Rivestono, inoltre, un ruolo sempre più centrale nello sviluppo di identità civiche ed engagement. Agevolano partecipazione e pratiche sociali, offrono spazi e risorse culturali. "The digital media's centrality for both civic identity and practices-as well as for knowledge and the other dimensions-is indisputable" (Dahlgren, 2011: 17-25).

I media digitali trasformano particolarmente la socializzazione politica e la formazione dell'identità politica dei giovani⁷⁷; sia esponendoli ad una più ampia offerta politica, sia offrendo modalità di interazione che, richiedendo partecipazione e comunicazione decentrata-orizzontale, tendono a stimolare forme di coinvolgimento 'comunitario' e civico. Ideologie e gruppi politici prima esclusi e marginalizzati, culturalmente stigmatizzati o sprovvisti delle risorse necessarie per emergere, conquistano sempre maggiori spazi e riescono a sfruttare le reti per socializzare un numero maggiore di persone. Gli sterminati archivi digitali

offrono, ai più interessati, innumerevoli occasioni di formazione politica. Forme mediali apparentemente distanti dalla politica, come i video games, stimolano la partecipazione civica e abitano a forme di co-decisione; configurandosi, in alcuni casi, come vere e proprie comunità politiche e, spesso, come primo punto d'ingresso dei giovani in una sfera pubblica di 'fantasia', ma dagli effetti socializzanti 'reali'⁷⁸.

"For young citizens, the array of practices afforded by the net - from communicating individually and group-wise horizontally, to making materials instantly public - dramatically increase the repertoire of civic agency." (Dahlgren, 2011: 22)

Le reti digitali e mobili sono spazi sociali. Ambiente e contesto in cui prende forma una parte sempre più consistente e significativa della vita quotidiana delle giovani generazioni. Spazi, spesso, parzialmente liberi; in cui è possibile: sfuggire all'occhio vigile di genitori, insegnanti e adulti in generale; e sperimentare prime forme di vita pubblica e identità sociali divergenti. Ambiente elettivo di costruzione riflessiva del sé e di relazionalità.

La formazione-espressione del sé, nell'ambiente culturale odierno, ibrido di carne e pixel, è caratterizzata dall'emersione del *network individualism*⁷⁹. Le appartenenze ascrivite e locali cedono parzialmente il posto e si ibridano con narrative personalizzate, despazializzate, reticolari; costruite e attualizzate riflessivamente dagli attori sociali all'interno di network cangianti e individualizzati di relazioni multiple, divergenti e intersecanti. La privatizzazione e le dinamiche reticolari caratterizzano le emergenti forme sociali. "People move as individuals between various fuzzily bounded network." (Wellman & Haythornthwaite, 2002: 10), piuttosto che tra comunità discrete e maggiormente chiuse. I network personali (Ego Network) divengono spazio per una socialità centrata sull'individuo; un database virtuale di contatti e relazioni da attualizzare, diverse sfaccettature del sé in relazione da convocare, creare e sperimentare. Le reti digitali favoriscono l'emersione di

simili forme di socialità e individualizzazione, ma si inseriscono in traiettorie sociali e culturali di lungo periodo. “La questione cruciale non è la tecnologia, ma lo sviluppo di network di socialità basati sulla scelta e l’affinità, che rompono i confini organizzativi e spaziali delle relazionalità” (Castells, Fernández-Ardèvol, Qiu, & Sey, 2006: 16).

La socialità reticolare (networked sociability) si fonda su: processi e dinamiche personali di appropriazione di flussi culturali; e sulla gestione-creazione di un sé in relazione all’interno di network estesi, complessi e flessibili, in cui i contesti relazionali si intersecano e si ibridano-confondono o, al contrario, si divaricano in cluster separati, nascosti, ghettizzati. L’attualizzazione di uno specifico network, convoca un sé in relazione ed esclude temporaneamente e parzialmente altri network e maschere del sé. La networked sociability è magmatica, mutevole e sensibile ai divergenti orientamenti culturali, sociali e relazionali; “non conduce all’isolamento, ma cambia gli schemi della costruzione di socialità nei termini di contatti sempre più selettivi e autodiretti.” (ibidem: 16)

Un sociale magmatico e personalizzato può condurre a identità politiche così divergenti da frantumare la sfera pubblica, balcanizzarla (Sunstein, 2001a); creare ‘comunità’ separate con poco in comune. La frammentazione culturale e la socialità selettiva rischiano di spezzare il legame creato da “a shared public understanding of current events that relies on common reference points” (Andrejevic, 2013: 99). I quotidiani e la TV hanno rappresentato un rituale unificante per i cittadini, capace di sincronizzare i diversi gruppi sociali. Le reti digitali e il network individualism potrebbero favorire lo sviluppo di forme sociali e culturali così personalizzate da frantumare la comunità politica, la sfera pubblica generale. I media digitali e la networked sociability possono, infatti, agevolare la creazione di gruppi socio-culturali specifici e parzialmente chiusi, poco connessi; ma insieme sensualmente avvolgenti. “Different deliberating groups, each

consisting of like-minded people, will be driven increasingly far apart, simply because most of their discussions are with one another.” (Sunstein, 2001b)

Le reti mobili e digitali possono, al contrario, favorire l’espandersi degli orizzonti culturali e la partecipazione attiva alla società e alla politica. Molto dipende dalle forme di immaginazione, appropriazione e creatività riflessiva che emergeranno negli ambienti digitali. Gli attori sociali per interagire con il mondo devono creare storie biografiche e identità riflessive. L’identità personale nasce proprio dalla “capacity to keep a particular narrative going. The individual's biography... must continually integrate events which occur in the external world, and sort them into the ongoing 'story' about the self.” (Giddens, 1991: 54) La networked sociability abilita la costruzione-espressione di un sé maggiormente autodiretto e selettivo, ma contemporaneamente lo sommerge di eventi e oggetti culturali; lasciandolo da solo a gestire questa enorme complessità. La “*responsabilità* nella gestione delle relazioni sociali ricade sul singolo individuo” (Marinelli, 2011: 33). L’attivazione del legame sociale e la convocazione del sé in relazione è completamente delegata al singolo, al contempo impegnato in un continuo lavoro per tenere viva la narrativa biografica creata, incorporando nuovi elementi. Il soggetto “is seemingly always in the ‘on’ mode; reflexivity never sleeps, given the swirling settings and intense dynamics of the contemporary world.” (Dahlgren, 2013: 119)

La creatività riflessiva si fa faticosa, l’indebolimento dei legami comunitari tradizionali apre alla solitudine, la privatizzazione individualizzata collassa nel narcisismo relazionale, la complessità sociale spinge a soluzioni semplificatorie e ‘definitive’, a scelte definitive radicali. “The search for steady points of reference, as critical life choices are made, can be very difficult. It is in this atmosphere that the invention of tradition (and of ethnicity, kinship, and other identity markers) can become slippery, as the search for certainties is regularly frustrated” (Appadurai, 1996: 30)

Lasch, accettando molti dei presupposti dei post-modernisti, propone una soggettività emergente profondamente diversa dall'individuo liberamente cangiante, euforicamente proteso all'allargamento dei propri orizzonti di vita ed emozionali. Un *io minimo*. Gli individui, in un'epoca di profondi cambiamenti, cercano solamente "di capire come scampare agli eventi disastrosi che ormai quasi tutti si attendono. In queste condizioni l'identità personale è un lusso... In stadio d'assedio l'io si contrae, si riduce ad un nucleo difensivo armato contro le avversità... l'occuparsi di se stessi, tanto tipico ai giorni nostri, assume il significato di una sollecitudine per la propria sopravvivenza psichica". (2004: 7) L'individuo non è in grado di comprendere il suo ambiente, troppo complesso, e si raggomitola su se stesso alla ricerca di autosufficienza illusoria. Il radicato 'darwinismo sociale', la frustrazione impotente, la sfiducia in se stessi, l'impossibilità di comprendere fenomeni sociali troppo distanti e complessi, l'ansia e l'inquietudine cronici, l'ottundimento dello spirito di iniziativa, l'anestesia emotiva, la paura di fallire, la mentalità da 'sopravvissuto'⁸⁰; caratterizzano i processi di creazione del sé, per l'autore, non la volontà dell'individuo di aprirsi a nuove liberatorie esperienze. "La concezione di un'identità adattabile e intercambiabile all'infinito può contribuire a liberare gli uomini e le donne da convenzioni sociali consuete, ma può anche favorire le manovre difensive e il mimetismo protettivo" (ibidem: 67).

I forti cambiamenti, l'eccesso di possibilità e l'incertezza, infatti, possono essere esperite anche come una liberazione, e utilizzate per: aprirsi alla sperimentazione di nuove forme sociali e identità; creare nuove differenze e nuovi gruppi sociali basati sull'affinità, sul legame estetico o liberamente scelto; de-centrare il soggetto e de-formattare il proprio corpo. L'eccesso e la complessità, la *mass self-communication* e l'emersione dello spazio dei flussi, liberano le possibilità di scelta, partecipazione e creazione mutante del sé.

La fluidità e la complessità dei flussi culturali globali divarica e diversifica scelte e strategie di costruzione di senso, frantuma i

confini, ibrida le differenze e inasprisce le politiche identitarie. Le identità sociali e le culture sono, infatti, sempre politiche. La politicizzazione può, nel nuovo ambiente saturo e stratificato, trasformarsi in “the emotional fuel for more explicitly violent politics of identity” (Appadurai, 1998: 232). Una delle caratteristiche fondamentali delle dinamiche socio-culturali odierne è il tentativo costante da parte dei flussi globali di cannibalizzare le differenze culturali, che a loro volta reagiscono incorporando riflessivamente elementi degli agglomerati culturali globali e tentando di cannibalizzare nella differenza la globalizzazione. Il passato, le culture, le religioni, le etnie, le tradizioni, le ideologie politiche, le fiction e gli oggetti culturali tutti, divengono un infinito repertorio di scenari culturali e segni, da cui possono essere tratti materiali grezzi per dare senso al mondo e al sé, al fine di provare piacere e raggiungere i propri scopi. L'identità sociale è, infatti, una fiction simbolica, strumentale e politica, ideata per unificare gruppi sociali nella lotta per il potere e le risorse; e capace di conferire ‘sicurezza ontologica’ (Giddens, 1991). Le identità sociali e politiche vengono create strumentalmente ed espressivamente al fine di ricavarne piacere, senso e potere.

Le identità che emergeranno dal nuovo contesto, stratificato e caratterizzato da flussi culturali globali e complessi, verranno forgiate da persone concrete, all'interno dei micro-contesti sociali di vita e dei discorsi che vi circolano, appropriandosi riflessivamente di materiali grezzi. La tecnologia abilita e stimola cambiamenti, ma la direzione di questi fermenti dipenderà fortemente da conflitti concreti non paritari, segnati da forti squilibri di potere. La distribuzione, socialmente determinata, di capacità e competenze necessarie a navigare l'eccessiva complessità digitale, ad esempio, determinerà fortemente chi sarà in grado e vorrà sfruttare le opportunità di partecipazione per aprirsi e sperimentare; e chi, al contrario, disorientato, si ritirerà nel privato narcisistico o si affiderà a scelte ‘definitive’ e totalizzanti.

Dinamiche conflittuali di distinzione, di creazione di differenze significative e capaci di generare empowerment, solcano e caratterizzano profondamente i fermenti culturali, sociali e politici in corso.

Partecipazione e Democrazia

“Dictators free themselves but they enslave the people. Now let us fight to fulfill that promise. Let us fight to free the world! To do away with national barriers! To do away with greed, with hate and intolerance! Let us fight for a world of reason, a world where science and progress will lead to all men's happiness. Soldiers, in the name of democracy, let us all unite!” (Chaplin, C. *The Great Dictator*. 1940)

La partecipazione dei cittadini è centrale per il funzionamento dei regimi democratici (o forse no). Il concetto di partecipazione anche all'interno delle sole teorie democratiche è ambiguo, instabile e interpretato in maniera profondamente differente. Lo stesso concetto di democrazia tiene insieme teorie normative e politiche molto divergenti. Le preferenze ideologiche e le culture politiche influenzano particolarmente la formulazione di teorie in questo campo. Comprendere i mutamenti in corso significa tener conto di questo quadro teorico complesso e analizzare la partecipazione politica dei cittadini all'interno delle culture politiche in cui prende forma, delle relazioni di potere esistenti e dei suoi limiti intrinseci.

La partecipazione politica viene tradizionalmente, nelle scienze politiche, suddivisa in *strumentale* ed *espressiva*. La prima riguarda il raggiungimento di un obiettivo specifico (ad es. elezione di un candidato). La seconda è associata alla creazione-espressione-condivisione di un'identità e di un'appartenenza sociale, con l'essere e il sentirsi parte (es. etnia, classe, gruppo culturale). La partecipazione nasce quindi da motivazioni differenti, ma al fondo deve esserci una *politicizzazione*; la creazione-emersione di un interesse a partecipare in base a discorsi che rendono politico, pubblicamente rilevante, una frattura sociale o un tema. L'interesse a partecipare può nascere dalla società civile e nei microcosmi di vita solcati da discorsi ed identità divergenti; o al contrario essere

stimolato dai detentori del potere per i propri scopi (*mobilizzazione*) (Pasquino, 2000). La partecipazione è, inoltre, influenzata: dalla *struttura delle opportunità politiche*, ovvero l'organizzazione della sfera pubblica e le opportunità di partecipazione in essa presenti; e dalle *precedenti esperienze di partecipazione*, ovvero dalle conseguenze delle azioni politiche intraprese in passato e dalla ricettività mostrata dal sistema politico. La partecipazione politica spesso si configura, così, come un processo ciclico di coinvolgimento e riflusso nel privato sia per i singoli che per i gruppi sociali. Hirschman (1982) ritiene i cicli di partecipazione e disimpegno legati alla ricerca della felicità, frustrata nel privato come nell'attività politica.

Il *participation gap* caratterizza, inoltre, fortemente le dinamiche politiche delle società democratiche. Le persone con status socio-economico e livelli di istruzione maggiori partecipano storicamente di più. Culture civiche robuste possono, però, favorire l'impegno individuale, indipendentemente dallo status socio-culturale, secondo diversi autori. Verba, Schlozman e Brady (1995) ritengono, ad esempio, che le persone partecipano se hanno appreso il valore dell'impegno civico, il senso del dovere individuale in quanto cittadini. Reti sociali dinamiche e diffuse, focalizzate sul reclutamento e sull'organizzazione delle attività individuali di volontariato, cooperazione sociale e attivismo comunitario, possono favorire la diffusione di norme, valori e pratiche democratiche; incitando e condizionano la partecipazione civica e potenzialmente la sua trasformazione in azione politica più diretta.

I sistemi e le culture politiche, solcati da relazioni di potere, creano, in ogni caso, un contesto in cui i gruppi subordinati partecipano di meno e, spesso, sono in grado di partecipare di meno. La condizione di subordinazione riduce la capacità di apprendere le regole dominanti del gioco. "Oppression consists in systematic institutional processes which prevent some people from learning and using satisfying or expansive skills in socially recognized

settings, or which inhibit people's ability to play and communicate with others or to express their feelings and perspective on social life in contexts where others can listen" (Young, 2000: 156).

La coscienza di classe o della propria subordinazione può essere uno stimolo alla partecipazione e un antidoto all'istituzionalizzazione-cristallizzazione delle relazioni di potere e delle esclusioni-marginalizzazioni sociali. "La coscienza di classe promuove la partecipazione politica e a sua volta la partecipazione politica accresce la coscienza di classe." (Pizzorno, 1966: 262) La creazione di solidarietà sociale stimola la partecipazione, ma probabilmente la questione è più ampia e complessa. In gruppi di grandi dimensioni, secondo Olson (1965), tanti individui non aggirano in vista dell'ottenimento di un bene collettivo perché si comporteranno da free riders; ovvero cercheranno di sfruttare i benefici della partecipazione altrui. Molti attori sociali non agiranno, secondo l'autore, a meno che: il gruppo sia di piccole dimensioni, la partecipazione possa portare ad una redistribuzione selettiva dei benefici, o siano spinti a partecipare con la coercizione.

La creazione e l'espressione ricorsiva di identità sociali svolgono, in ogni caso, un ruolo centrale nel determinare la propensione alla partecipazione politica. Le identità sociali creano e tengono insieme comunità solidali intorno a comuni condizioni, obiettivi e valori culturali; offrono risorse culturali, emotive e pratiche per affrontare i conflitti sociali. Cohen definisce il gruppo etnico non come qualcosa di dato (biologico o culturale); ma come "una collettività di persone che (a) condividono alcuni modelli di comportamento normativo e (b) facciano parte di una popolazione più grande" (A. Cohen, 1974: 134) in cui interagiscono con altri gruppi all'interno di un sistema sociale e culturale. Propone, provocatoriamente, di considerare i manager della City come un'etnia per rendere evidente che l'identità etnica (o sociale, o politica...) è un costrutto simbolico, strumentale e politico, in grado di orientare i gruppi sociali impegnati nella lotta per le risorse.

La partecipazione politica e i conflitti sociali, politici e di potere si sorreggono sulla creazione di identità e collettività solidali; e prendono forma nel tentativo di conservare o trasformare il sistema sociale, politico e culturale.

La partecipazione politica, le sue capacità trasformative, i suoi limiti e la sua desiderabilità, sono, però, concetti ironicamente controversi nelle tradizioni teoriche repubblicane, liberali e democratiche. Held (1996, 2006) individua due filoni teorici principali nelle svariate e varieguate teorie repubblicane e democratiche. Due macro-modelli teorici che si intrecciano e contaminano vicendevolmente, segnando l'evoluzione del campo di studi e delle istituzioni politico-democratiche: il primo lo definisce *democrazia protettiva*, e il secondo *democrazia di sviluppo*.

La *democrazia protettiva* considera la partecipazione utile, ne apprezza il valore funzionale. L'azione e l'impegno politico servono a proteggere i cittadini dai governanti e dagli altri cittadini, e per assicurare che le decisioni e le policy scelte corrispondano all'interesse generale e non ledano i diritti di libertà degli individui.

La *democrazia di sviluppo* riconosce un valore intrinseco alla partecipazione politica. Il coinvolgimento dei cittadini nelle attività e nelle scelte politiche rafforza il processo decisionale, e permette di far emergere e diffondere valori civici e sociali di cittadinanza. La partecipazione non solo protegge gli interessi dei cittadini, ma sviluppa le capacità individuali; libera l'uomo.

I teorici che condividono un'enfasi sul valore strumentale della partecipazione (*democrazia protettiva*) tendono a preferire soluzioni istituzionali basate sulla rappresentanza-delega e sulla divisione dei poteri, temono la possibile 'dittatura della maggioranza', l'eccesso di domande sistemiche e lo svilimento della meritocrazia.

Il giusto equilibrio tra partecipazione democratica e riconoscimento di meriti diseguali, e la necessità di forti

competenze per governare, sono temi costantemente dibattuti da teorici e filosofi; danno forma alle ideologie politiche sin dall'antica Grecia. Platone utilizzava una metafora navale per distinguere tra il capitano della nave e i marinai. Il primo è il rappresentante di una minoranza competente e abile, quindi legittimata a governare. I secondi rappresentano il popolo impulsivo, privo delle conoscenze e abilità per governare⁸¹. Il filosofo temeva fortemente la concessione dell'uguaglianza politica a tutti, indipendentemente dai propri meriti; avrebbe causato disordini e portato a forme politiche dominate da sfrenati desideri e ambizioni. I moniti di Platone hanno risuonato a lungo nella teoria politica.

La necessità di riconoscere un ruolo forte alle élite istruite-competenti e, ancor più, l'esistenza di forti differenze di merito che condizionano la vita politica sono temi capaci di unire tra loro teorici per altri versi su posizioni molto differenti. John Stuart Mill⁸², liberale e socialista, forte sostenitore della libertà individuale, riteneva la partecipazione alla vita politica non solo un mezzo di tutela dei propri interessi, ma in grado di creare interesse per la politica e formare la cittadinanza, nonché un meccanismo fondamentale per l'autosviluppo degli individui. L'autore, contemporaneamente, riconosceva un ruolo centrale al merito e alle competenze possedute dai vari gruppi sociali. La democrazia diretta, ad esempio, non è realizzabile in grandi popolazioni, ma se lo fosse porterebbe alla riduzione dell'influenza dei più saggi da parte di una maggioranza meno informata, istruita, esperta e meritevole. La democrazia rappresentativa è la forma di governo in grado di offrire soluzioni migliori, ma anche il suffragio universale paritario può mettere in ombra merito e competenze. "There is no one who, in any matter which concerns himself, would not rather have his affairs managed by a person of greater knowledge and intelligence, than by one of less." (Mill, 1859a: 334) L'autore propone, così, un sistema di votazione plurimo in cui tutti gli adulti avrebbero un voto, ma i più meritevoli avrebbero a disposizione più voti. Potere di controllo-critica e rappresentanza parlamentare

andrebbero alla maggioranza dei cittadini, in modo che tutti gli interessi e i bisogni possano essere presi in considerazione. Il parlamento non dovrebbe, però, redigere i dettagli delle leggi o governare, compiti per cui non possiede le necessarie competenze. Il governo dovrebbe essere affidato ad “un piccolo numero di uomini eminenti; sperimentati, preparati da un’educazione e da un’esperienza particolare” (Mill, 1862). Mill assegna alla partecipazione politica un ruolo centrale sia funzionalmente che in termini formativi e di auto-sviluppo, ma ne teme gli effetti di possibile riduzione della meritocrazia.

Weber (1970), a sua volta sostenitore della democrazia parlamentare, rintraccia nella burocratizzazione e nell’emersione dei partiti politici moderni la separazione ferrea tra cittadini politicamente attivi e passivi. La passività di gran parte dei cittadini è un prodotto della burocratizzazione del mondo. La professionalizzazione della politica e l’emersione della leadership politica si fondano, ugualmente, su cambiamenti ed esigenze sociali, ma trasformano le dinamiche parlamentari. La massa degli elettori è, per l’autore, emotiva e incapace di giudicare le scelte politiche, può tutt’al più scegliere un leader. Le elezioni servono a mettere alla prova i leader per verificarne le competenze attraverso la lotta per il potere. La democrazia e la partecipazione, nella visione dell’autore, non servono a favorire lo sviluppo dei cittadini, ma ad assicurare un’efficace leadership politica, selezionandola tra le varie élite sociali.

Schumpeter è ancora più scettico rispetto alla partecipazione politica dei cittadini e maggiormente elitista. L’autore finisce per arrivare a conclusioni non tanto diverse da quelle degli elitisti classici (o forse più estreme). La partecipazione politica eccessiva del popolo potrebbe portare a sconvolgimenti pericolosi e più ancora il cittadino medio non è in grado di esprimere validi giudizi politici. La politica interna e internazionale sono, così, complesse che l’ignoranza caratterizza i giudizi della maggioranza del popolo, anche tra persone discretamente istruite. La distanza del sistema

politico dalla vita quotidiana non favorisce, infatti, lo sviluppo di competenze politiche neanche tra le persone istruite, solo il coinvolgimento diretto nella politica professionale può farlo. Il cittadino medio, per l'autore, in campo politico si comporta in modo infantile e "torna ad essere un primitivo". La partecipazione dei cittadini è, di conseguenza, governata da pregiudizi e impulsi irrazionali; e, per tanto, suscettibile di manipolazione da parte di gruppi di interesse, politici e "idealisti di questo o quel tipo" (Schumpeter, 1954: 248–249). La democrazia, per l'autore, non realizza l'eguaglianza né favorisce lo sviluppo autonomo dell'individuo attraverso la partecipazione. È un metodo politico, un dispositivo istituzionale, per conferire a specifiche persone il potere di decidere. La lotta tra leader politici rivali la contraddistingue. I cittadini possono soltanto sostituire un governo con un altro, ciò evita la tirannia e permette, tramite la competizione elettorale, di dar voce ai desideri dei cittadini. Il governo è, però, questione di leader, persone competenti ed esperte, che devono essere lasciate lavorare; le decisioni spettano a loro e troppa partecipazione si rivela soltanto dannosa. "Gli elettori devono rispettare la divisione del lavoro tra sé e gli uomini politici... e devono capire che, dal momento in cui hanno eletto qualcuno, l'azione politica spetta a lui non a loro" (ibidem: 280-281).

Democrazia e partecipazione politica possono generare, inoltre, secondo molti autori, forme di tirannia da parte della maggioranza politica verso le minoranze; e favorire la creazione di conflitti accesi e irrisolvibili tra differenti fazioni.

Madison considerava la democrazia diretta una forma di governo sempre intollerante, fazionistica, ingiusta ed instabile. Le passioni e i giudizi della maggioranza dominano la politica in simili condizioni, le minoranze più deboli vengono schiacciate e il sistema sociale è soggetto a turbolenze e dissidi. La democrazia diretta non garantisce e protegge persone e cose. La possibilità di raggiungere pacificamente un consenso sociale è utopica, viste: le differenze

competenze e interessi delle persone, la distribuzione ineguale della ricchezza, l'attaccamento a leader e valori diversi, e la perenne ricerca del potere da parte degli individui. Ricerca che ha sempre "diviso l'umanità... infiammando gli uomini di reciproca animosità rendendoli assai più pronti alla reciproca oppressione e vessazione, che non ad una mutua cooperazione per il raggiungimento di un fine comune." (Madison, 1787: 59)

L'autore considera, quindi, imperativo limitare e gestire il conflitto tra fazioni, ovvero gruppi di cittadini uniti da passioni e interessi comuni in contrasto con "i diritti degli altri cittadini o con gli interessi permanenti e complessi della comunità" (ibidem: 57). Ispirandosi alle teorie classiche sulla separazione dei poteri e sui diritti naturali (Locke e Montesquieu), Madison ritiene necessari un forte stato federale, diritti individuali e separazione dei poteri; al fine di evitare gli eccessi fazionistici e la tirannia della maggioranza; insieme permettendo ai cittadini la necessaria partecipazione, in modo che possano tutelare i propri interessi. Le istituzioni democratiche rappresentative e federali eliminano gli eccessi della democrazia pura e, attraverso le elezioni, arrivano ad un chiarimento-mediazione tra i vari interessi-passioni. Gli eletti hanno, almeno potenzialmente, inoltre, le competenze per "discernere l'interesse effettivo del proprio paese" (ibidem: 62). Le elezioni non possono, però, evitare il formarsi di maggioranze troppo potenti e tiranniche. L'autore ritiene che una repubblica molto grande e diversificata socialmente, culturalmente ed economicamente, possa ridurre le possibilità che ciò avvenga, grazie alla frammentazione politica. Separazione dei poteri e diritti proteggono le libertà individuali.

Il timore verso possibili eccessi di partecipazione popolare, le passioni e gli egoismi smodati, e la potenziale formazione di maggioranze tiranniche; è condiviso anche da un teorico come Tocqueville, forte sostenitore dell'importanza della società civile. La democrazia presuppone sempre l'esistenza di una società molto civile e istruita. La separazione dei poteri da sola non è sufficiente a

garantire il buon funzionamento dello stato e la libertà individuale. L'onnipotenza della maggioranza non diventa oppressione se vengono presi i necessari accorgimenti istituzionali, ma ancora più se i costumi, la cultura e la società civile sono adeguati e attivi. Il suffragio universale potrebbe, però, trasformarsi in un pericolo; concedere la maggioranza politica ai poveri e portare a un maggiore intervenissimo statale, per la redistribuzione dei beni materiali. Il maggiore interventismo causerebbe uno svilimento della società civile e una riduzione della libertà. L'autore suggerisce elezioni di doppio grado per evitare questo e per arginare il principale difetto della democrazia, unita alla cultura individualistica, ovvero la messa in forma di un governo fondato sulle passioni e gli egoismi smodati; piuttosto che sulla ragione. La democrazia, per Tocqueville, non è in grado di "vincere le passioni e far tacere i bisogni del momento in vista dell'avvenire" (Tocqueville, 1835: 278). Il rimedio agli eccessi di partecipazione e allo scatenarsi di egoismi e passioni smodate è di ordine etico, non razionale. La democrazia per funzionare ha bisogno di regole, ma da sole queste non bastano; necessità di una 'civiltà omogenea', di valori etici comuni.

L'esistenza di vari gruppi sociali con interessi e valori differenti, non necessariamente deve essere interpretato come un pericolo. Diversi autori (Dahl, 1956, 1971; Truman, 1951) considerano proprio la diffusione e frammentazione del potere sociale la migliore garanzia di libertà, in grado di impedire la formazione di maggioranze tiranniche. Le maggioranze politiche, anche quando esistono sono sfilacciate e composte da molti gruppi più piccoli. L'esistenza di molteplici gruppi di interesse e di molteplici minoranze, e l'appartenenza multipla delle persone a diverse di queste, garantisce un processo di contrattazione continua sulle policy e sulle decisioni politiche, attraverso cui tutti i cittadini sono in grado di tutelare i propri interessi. Tutti i gruppi sociali hanno, infatti, per quanto non in maniera paritaria, accesso a risorse di potere diverse, ma politicamente efficaci (ad es. grandi numeri vs

risorse economiche e sociali). La frammentazione sociale e politica assicurerebbe un grado di controllo relativamente alto sui leader da parte dei cittadini e scongiurerebbe la formazione di un gruppo sociale dotato di eccessivo potere. La partecipazione politica dei cittadini è, quindi, funzionalizzata alla difesa degli interessi divergenti; quote di cittadini non interessati alla politica possono semplificare e favorire il buon funzionamento delle istituzioni. Le persone, in un regime democratico rappresentativo, sono libere di organizzarsi e partecipare, o di destituire il governo, ma al sistema non serve un alto coinvolgimento di tutti nella vita pubblica per funzionare, anzi la partecipazione diffusa può portare facilmente a forti conflitti sociali. Dahl definisce *Poliarchia* questo tipo di sistemi politici, caratterizzati da forte competizione tra gruppi d'interesse ed elezioni competitive, capaci di garantire libertà e democrazia. "La questione più rilevante è il grado in cui le varie minoranze di una società ostacoleranno le loro reciproche ambizioni con la passiva acquiescenza o indifferenza di una maggioranza di adulti elettori." (Dahl, 1956: 133) Una partecipazione eccessiva potrebbe portare all'emergere di troppe domande sociali e politiche, al conflitto sociale e al *sovraccarico* del governo, costretto a negoziare e fare concessioni ai vari gruppi e quindi man mano meno in grado di agire efficacemente. La troppa democrazia e partecipazione causa una crisi politica non risolvibile se non proprio attraverso leaderships forti e decise, meno ricettive verso le pressioni e le domande politico-democratiche.

L'eccesso di domande sociali preoccupa teorici diversi come Huntington e Luhmann. "The effective operation of a democratic political system normally requires some measure of apathy and disengagement in the population." (Huntington, 1975: 37) Livelli troppo alti di partecipazione mettono sotto stress il sistema politico democratico per le stesse dinamiche interne di funzionamento. E possono causare la disintegrazione "of the civil order, the breakdown of social discipline, the debility of leaders, and the alienation of citizens" (Crozier, Huntington, & Watakuni, 1975: 2).

Luhmann teme lo svilupparsi di forme nuove di neo-corporativismo che portano alla contrattazione di leggi particolari. Le leggi particolari, non generali, bloccano il sistema politico, e tendono a far diminuire la sua capacità di differimento delle aspettative e la differenziazione sistemica. La decisione politica diviene impotente e continuamente contrattata, solo una radicale riduzione delle domande sociali (deflazione) può ridare vigore al sistema politico. La spolticizzazione del sistema politico e la sua trasformazione secondo principi tecnocratici possono ridare forza a un sistema giuridicizzato di decisioni vincolanti. Democrazia, per Luhman, è soprattutto la capacità del sistema politico di auto-osservarsi, che viene limitata dall'eccessiva dipendenza dagli altri sistemi sociali e dalle troppe domande provenienti dalla società. "Il sistema politico si limita, per così dire ad aspettare delle crisi che scaturiscono" nella società "esso, è quindi ben difficilmente in grado di porsi da solo i problemi sui quali decidere partendo dalla concezione di una evoluzione sociale di lunga scadenza." (Luhmann, 1978: 77)

I teorici della Nuova Destra tornano, poi, a contestare i principi democratici estremizzando i principi liberali classici. L'intervento statale limita la libertà individuale, senza apportare benefici pubblici. Lo stato deve essere ridotto al minimo in modo da non porre lacci alla libertà delle persone. Ogni individuo ha propri interessi, sogni e valori. Non esiste un'utopia considerata ideale da tutti, solo utopie differenti. Uno stato minimo e l'estensione del mercato ad ambiti di vita sempre più numerosi, di conseguenza, sono l'unico sistema politico legittimo e che non viola i diritti individuali. La pianificazione in dettaglio, gli obblighi di solidarietà, l'intrusione dello stato nella vita delle persone le renderebbe meno libere di realizzare la propria felicità-utopia. Lo stato minimo permette esperimenti utopici liberamente scelti. Lo stato minimo è, per Nozick, la "struttura per l'utopia"; le persone sono libere "di associarsi volontariamente per perseguire... la propria visione di una

vita bella in una comunità ideale ma in cui nessuno può *imporre* agli altri la propria visione utopistica”. (1974: 330) Lo stato deve soltanto proteggere contro la violenza, il furto, la violazione dei contratti...

Hayek è altrettanto scettico verso imposizioni da parte di una qualche maggioranza di un progetto politico comune di trasformazione sociale. Qualsiasi tentativo di regolamentare fortemente la vita e le attività degli individui è, per l'autore, sempre oppressivo. Leggi e norme generali devono regolare l'azione politica, al fine di evitare la tirannia. Lo stato non deve interferire nei modi in cui gli individui decidono di utilizzare le loro risorse e limitarsi a fornire norme che facilitano il perseguimento dei fini individuali; può intervenire solo per tutelare la sopravvivenza, la libertà e la proprietà privata. Un sistema politico espanso, e non limitato da leggi generali, danneggerebbe la libertà e si affiderebbe al “dottrinario democratico” per cui “il solo fatto che la maggioranza voglia qualcosa basta per considerare buono ciò che essa vuole.” (Hayek, 1960: 127)

Le versioni più estreme della nuova destra, come l'anarco-capitalismo, propongono la quasi totale scomparsa dello stato a favore del mercato, maggiormente efficace nell'offrire alle persone ciò che desiderano. Il cittadino-consumatore è libero di scegliere la corporation che lo soddisfa maggiormente, e in questo modo partecipa e fa sentire la sua voce.

Un secondo macro-cluster di teorie democratiche (*democrazia di sviluppo*) ritiene la partecipazione politica centrale per sviluppare culture civiche, arrivare a decisioni politiche legittime ed efficaci, e permettere all'uomo di svilupparsi nella sua interezza. La partecipazione politica e la democrazia, inoltre, secondo diversi autori, dovrebbe essere allargata ad ogni aspetto della vita sociale.

Rousseau, ad esempio, contesta la legittimità delle istituzioni rappresentative. La sovranità è, e deve restare, del popolo. I delegati del popolo possono formulare leggi, ma “ogni legge che

non sia stata ratificata direttamente dal popolo è nulla". La rappresentanza depriva il popolo del suo potere sovrano e lo rende libero soltanto in occasione delle elezioni. Passate le elezioni il popolo "diventa schiavo, non è più niente" (1762: 127). La partecipazione del popolo deve essere continua, legittima le leggi e rafforza il processo decisionale. I cittadini devono essere vincolati soltanto dalla *volontà generale*, cioè la concezione di bene comune emersa pubblicamente (se necessario, secondo la regola della maggioranza). Il popolo deve, però, partecipare attivamente alla formazione della volontà generale. La libertà, secondo l'autore, non riguarda, infatti, l'agire in base al proprio piacere o volere, ma nel non essere soggetto alla volontà altrui né assoggettare altri. Libertà e uguaglianza sono strettamente connesse per Rousseau. Uguaglianza significa stessi diritti, ma contemporaneamente non eccessivi squilibri di ricchezza; ed è un valore fondante. L'auto-governo del popolo crea una nuova società.

Marx riteneva necessario estendere l'autorità dello stato all'economia e alla società per eliminare lo sfruttamento di classe, ma questo doveva andare di pari passo con l'assunzione di responsabilità totale dello stato socialista di fronte al popolo sovrano. Lo stato deve, poi, rapidamente limitarsi il più possibile, eliminando la coercizione e creando un apparato snello in grado di coordinare, se necessario, la vita sociale. La 'dittatura del proletariato' è una fase transitoria di trasformazione e smetterà di esistere con l'avvento del comunismo. Marx non ha mai specificato benissimo cosa intendesse per dittatura del proletariato e responsabilità di fronte al popolo sovrano. Held ritiene si riferisse ad una struttura di governo simile a quella messa in piedi durante l'esperienza Comunale del 1871 a Parigi (1871). Un consiglio di lavoro, esecutivo e legislativo al contempo, con delegati eletti a suffragio universale, legati al 'mandat impératif' (istruzioni) dei propri elettori, revocabili e chiaramente rappresentanti della classe operaia. Eliminazione dell'esercito e della polizia coercitivi. Eliminazione della repressione spirituale della chiesa e apertura

gratuita delle scuole per rendere accessibile a tutti l'istruzione e liberare la scienza dai pregiudizi di classe. Giudici e Magistrati ugualmente eletti e revocabili. "Invece di decidere una volta ogni tre o sei anni quale membro della classe dominante dovesse mal rappresentare il popolo nel parlamento, il suffragio universale doveva servire al popolo costituito in comuni." (1870: 117) Una piramide di consigli avrebbe assicurato l'unità del popolo ai livelli più ampi, tutti eletti, vincolati da mandato e revocabili; una "struttura piramidale di *democrazia diretta o delegata*" (David Held, 1996: 205). La democrazia diretta avrebbe portato *all'auto-emancipazione della classe lavoratrice e al libero sviluppo di tutti*, raggiungibile solo con il libero sviluppo di ciascuno. La partecipazione politica diretta delle classi lavoratrici libera la società ed elimina l'alienazione dell'uomo, favorendone il libero sviluppo.

I teorici della *democrazia partecipativa*⁸³ ritengono necessario costruire maggiori opportunità di partecipazione per rendere reali i diritti astratti di libertà e uguaglianza formalmente garantiti. Molti cittadini mancano delle risorse e delle opportunità per partecipare. La rappresentanza e le decisioni a maggioranza, basate sul presupposto che le decisioni politiche da prendere siano troppo complesse per i cittadini, vengono contestate (almeno parzialmente) a favore di processi maggiormente partecipati, in grado di favorire decisioni più eque e lo sviluppo individuale. È attraverso la partecipazione che i cittadini apprendono le skills necessarie ad essere cittadini e formano identità sociali attive. Predisporre canali multipli di partecipazione incrementerà l'impegno politico, farà crescere il desiderio di prendere parte alle decisioni pubbliche e agevolerà lo sviluppo delle competenze democratiche dei cittadini, in un processo ciclico. La partecipazione è, infatti, una palestra di democrazia e apre lo stato, altrimenti chiuso e inevitabilmente destinato a riprodurre le disuguaglianze. La democrazia partecipativa deve penetrare, così, in tutti i campi sociali. "The involvement of citizens must be continuous and direct,

widening towards a capacity to intervene in all the different areas of a person's everyday existence.” (Della Porta, 2013: 38)

La democratizzazione del sociale e l'espansione della partecipazione dovrebbe servire a: ridistribuire potere e limitare le diseguglianze, rendendo reali i diritti di uguaglianza e libertà; far funzionare meglio il sistema politico, attraverso la formazione di una cittadinanza partecipativa, informata e attiva; e permettere lo sviluppo autonomo dei cittadini. I teorici della democrazia partecipativa non rifiutano la rappresentanza politica, ma vogliono coniugarla con forme più partecipative o dirette; ed estendere i diritti di auto-determinazione a tutte le sfere sociali. Il sistema politico, in questo modo, stimolerebbe interesse per la partecipazione politica, formando cittadini informati e incoraggiando una sensazione di efficacia delle proprie azioni politiche, e promuoverebbe lo sviluppo autonomo dell'individuo. “The principal function of participation is... the educational.” (Pateman, 1970: 42)

Una diversa soluzione per incrementare l'interesse e la partecipazione dei cittadini alla vita politica viene proposta da diversi autori⁸⁴. La *democrazia deliberativa* si fonda su processi informativi e comunicativi, attraverso cui trasformare le opinioni dei partecipanti rispetto alle problematiche politiche mediante l'argomentazione. È ‘a process through which initial preferences are transformed in order to take into account the points of view of the others’ (Miller, 1993: 75). Nuove informazioni da multiple fonti, interazioni comunicative orizzontali, argomentazione razionale e predisposizione all'ascolto, dovrebbero favorire l'emersione di decisioni condivise e più efficaci. La democrazia deliberativa è sostanzialmente un modo per affrontare le controversie tramite il dialogo; può favorire lo sviluppo-implementazione delle policy e può avvicinare il sistema politico ai cittadini. Le pratiche deliberative dovrebbero, inoltre, favorire il dialogo tra persone diverse e il superamento dell'interesse individuale egoistico in favore di quello

generale; oltre a migliorare il livello informativo dei cittadini e la loro capacità di prendere decisioni. La democrazia deve stimolare, incitare e agevolare il miglioramento della qualità della cittadinanza, favorendo l'emersione di "refined and reflective preferences, rather than 'spontaneous' and context-contingent ones" (Offe & Preuss, 1991: 171) .

La democrazia deliberativa è stata criticata soprattutto per due aspetti: le diseguaglianze porterebbero all'esclusione dal processo deliberativo delle persone già svantaggiate; e il presupposto per cui è possibile raggiungere un consenso razionale sul bene pubblico. "Deliberation requires not only equality in resources and the guarantee of equal opportunity to articulate persuasive arguments but also equality in 'epistemological authority', in the capacity to evoke acknowledgment of one's arguments. (Sanders, 1997: 349) Young propone una politica dell'inclusione che riconosca l'eterogeneità dei pubblici, le diseguaglianze e la non razionalità-conflittualità dei discorsi politici. Una simile politica dovrebbe prevedere fondi per l'autoorganizzazione dei gruppi sociali e sostegno nelle fasi di articolazione delle proposte alle formazioni sociali più svantaggiate. Decisioni che prendano in considerazione i punti di vista di tutti i gruppi, anche mediante forme di veto per quelle che li riguardano più direttamente. È, poi, necessario, alterare la "public culture so that argumentative modes of reasoning are supplemented by other modes of communication, including greeting, rhetoric and narrative; this would help disclose experiences and needs which might otherwise go unnoticed, and the diverse ways these can be articulated." (Young, 2000: 56)

Mouffe (Laclau & Mouffe, 1985; Mouffe, 1999, 2000, 2005), più radicalmente, pone al centro di una politica realmente partecipativa il conflitto, proponendo un modello agonistico di democrazia. Il politico è, per l'autrice, "the dimension of antagonisms that I take to be constitutive of human society" (Mouffe, 2005: 360). Il sistema politico, le sue pratiche e istituzioni, creano ordine organizzando la

coesistenza dei conflitti e della diversità; ovvero un modello agonistico di democrazia riconosce sia il conflitto sia la legittimità dell'Altro. L'agonismo nasce da una relazione Noi/Loro in cui entrambe le parti accettano l'inesistenza di una soluzione razionale al conflitto che le divide, ma si riconoscono legittimità reciproca e si sentono parte di uno stesso sistema politico, di uno spazio simbolico comune in cui il conflitto può svolgersi. Lo spazio comune nasce dalla "adhesion to the ethical-political principles of liberal democracy: liberty and equality. But we disagree concerning the meaning and implementation of those principles, and such a disagreement is not one that could be solved through deliberation and rational discussion" (Mouffe, 2000: 245).

Le teorie democratiche formulate nel corso del tempo differiscono molto nella valutazione dell'efficacia e della desiderabilità della partecipazione politica, come sui suoi scopi e i suoi limiti. La partecipazione politica tramite reti digitali e mobili è stata, troppo spesso, concettualizzata al di fuori di ogni considerazione teorico-politica, quasi fluttuante in un vuoto sociale e di potere, e senza tener conto del conflitto irriducibile al cuore della dimensione politica dell'esistenza.

L'impatto delle reti digitali e mobili sui sistemi politico-democratici, e l'ampiamento delle possibilità e delle modalità di partecipazione abilitate, può essere valutato in modo molto diverso a secondo del modello teorico-normativo di riferimento.

Le teorie democratico-liberali e rappresentative possono, ad esempio, vedere nelle reti interattive un modo: per migliorare le comunicazioni tra cittadini ed eletti, o per incrementare funzionalità e trasparenza, tramite l'e-government; al fine di abilitare un migliore tutela degli interessi privati e una maggiore efficacia dello stato. Al contrario, possono considerarle una minaccia alla meritocrazia e temere il rischio di un ulteriore incremento di domande sociali.

I modelli teorici maggiormente incentrati sulla partecipazione possono vivere le reti digitali e mobili come un'enorme opportunità, ritrovarvi spazi di partecipazione orizzontale e un possibile minor controllo informativo da parte del sistema politico ed economico. O considerarle un ulteriore possibile strumento per la sorveglianza di massa e il disciplinamento delle pratiche partecipative.

Le reti digitali e mobili sono un sito di conflitto ideologico e di potere, a partire dalla loro stessa definizione come tecnologie potenzialmente emancipative o oppressive.

Movimenti Sociali

“Movements in complex society are disenchanting prophets. ... Movements are a sign; they are not merely an outcome of the crisis... Like the prophets, the movements ‘speak before’: they announce what is taking shape even before its direction and content has become clear.” (Melucci, 1996: 1)

Le reti digitali e mobili abilitano nuove forme di partecipazione e trasformano le pratiche di azione collettiva tradizionali. L’azione collettiva prende molte forme, su una di queste i media interattivi sembrano avere un forte impatto: l’emersione processuale e conflittuale di movimenti sociali. Fermenti sociali di cambiamento o conservazione, emotivamente coinvolgenti e fondati sulla partecipazione di network sociali dispersi e informalmente connessi.

I movimenti sociali emergono dalla società e i cambiamenti sociali ne influenzano forme e modalità di azione, favoriscono o limitano la loro formazione e abilitano specifiche tipologie conflittuali. Mutazioni nelle strutture economiche, politiche e culturali possono, ad esempio, favorire: la creazione di condizioni di vita similari e di interdipendenza tra persone, l’individuazione di specifici gruppi sociali portatori di interessi e desideri specifici, e l’emersione di specifiche identità collettive e reti relazionali. Specifiche fratture economiche o culturali possono diventare oggetto di attenzione e politicizzazione, fornendo le basi per l’azione collettiva. Nuove iniziative politiche possono creare conflitto e spingere alla partecipazione. Cambiamenti nei sistemi relazionali e mediali possono abilitare nuove forme culturali e modalità creative di appropriazione identitaria.

I movimenti sociali non sono, però, prodotti e determinati dalla società. “Social movements are not a marginal rejection of order, they are the central forces fighting one against the other to control the production of society by itself” (Touraine, 1981: 29).

I movimenti sociali sono, secondo Diani⁸⁵, processi sociali mediante i quali attori sociali vengono coinvolti in azioni collettive. Attori caratterizzati da: chiare relazioni conflittuali; legami reticolari, densi e informali; un'identità sociale distintiva. I movimenti sociali agiscono collettivamente per promuovere o opporsi a un cambiamento, all'interno di *relazioni conflittuali* con altri attori⁸⁶. Il conflitto deve, però, essere politicizzato per potersi trasformare in azione collettiva. Organizzazioni e singoli individui formano i movimenti sociali e interagiscono al loro interno in vista di obiettivi politici e culturali, mantenendo la propria autonomia ed indipendenza. I movimenti sociali non sono, infatti, una nuova organizzazione, li distingue proprio il loro essere reti di relazioni, processi sociali flessibili; al cui interno avvengono scambi e negoziazioni per definire strategie e identità, coordinare iniziative. "*Dense informal networks differentiate social movement processes from the innumerable instances in which collective action takes place and is coordinated*" (Della Porta & Diani, 2006: 21). I movimenti sociali, inoltre, non si configurano come una serie di iniziative o campagne slegate; formano *identità collettive* capaci di sostenere l'azione collettiva: attraverso la creazione di solidarietà e relazioni sociali informali; la condivisione di aggregati culturali e di obiettivi; e la definizione di frontiere identitarie mobili e friabili, ma in grado di definire l'appartenenza al network relazionale. Le identità collettive permettono agli attori individuali: di creare narrazioni che inseriscono la singola iniziativa all'interno di un più ampio processo-conflitto sociale, e di sentirsi parte di un network relazionale solidale.

Le mutazioni abilitate e favorite dalle reti digitali impattano fortemente sulle dimensioni costitutive, e sulle caratteristiche distintive, dei movimenti sociali.

I cambiamenti economici legati all'emersione della network society e all'intensificarsi della globalizzazione, ad esempio, creano nuove tipologie di lavoro e sfruttamento a livello globale; che

ridefiniscono le fratture economiche storiche e le controparti di movimenti posizionati su quelle fratture. Il livello statale diviene inadeguato alla produzione di cambiamenti economici significativi e i movimenti devono connettersi internazionalmente. Insieme, l'emersione di nuove forme di subordinazione rimette in discussione, attraverso la creazione di nuove identità collettive, la 'fine del conflitto di classe' e la diffusa interpretazione dei movimenti sociali post 1968 come conflitti maggiormente orientati a valori post-materiali.

I valori post-materiali, i cambiamenti culturali e nelle forme di vita quotidiana, rivestono, in ogni caso, un ruolo centrale nell'emersione dei nuovi movimenti sociali. Cambiamenti particolarmente significativi, e in grado di suscitare conflitto, riguardano: la ridefinizione dei confini tra pubblico e privato, l'esplosione delle differenze sociali, e l'incremento contemporaneo di forme di disciplinamento biopolitico e desideri di autonomia⁸⁷.

L'intervento statale in economia, unito all'espansione e all'applicazione delle logiche di mercato a ogni aspetto della vita sociale, porta ad un'invasione e ad una ristrutturazione profonda della sfera privata degli individui. Le reti digitali potrebbero incrementare questa colonizzazione della sfera intima delle persone. Possono, infatti, trasformarsi in una "robust infrastructure of dataveillance that can quickly be internalized and become the basis of disciplinary social control." (Zimmer, 2008). Diversi movimenti sociali degli ultimi anni si sono schierati contro l'invasiva presenza del sistema economico e politico nelle sfere più intime della persona, reclamando il diritto alla privacy e a definire liberamente la propria identità, la propria vita privata e affettiva; difendendo l'autonomia individuale.

Le reti interattive, in quanto dimensione costitutiva e pervasiva della vita quotidiana, si prestano ad essere utilizzate come strumento di penetrazione del potere disciplinare in ogni più remoto campo di attività sociale. Simultaneamente, abbattono i muri rigidi che un tempo separavano ruoli sociali diversi, scene e

ambienti separati, vita pubblica e privata; potenzialmente confondendo ogni rete relazionale ed esponendo i retroscena individuali. La pervasività delle reti rimescola ogni maschera del sé e illumina ogni più remoto angolo dell'“anima”. La possibile intrusione nella vita privata delle persone dà forma a nuove modalità di disciplinamento e di oppressione. La sempre più frequente massiccia invasione della privacy dei dipendenti da parte dei datori di lavoro è, ad esempio, tematica molto dibattuta. Ancor più, la ridefinizione, e la minor rigidità, dei confini tra sfera intima-privata (retroscena) e palcoscenico sociale, accompagnata a nuove forme di visibilità, è foriera di cambiamenti culturali che sono stati e, probabilmente, saranno al centro di fermenti sociali profondi.

Meyrowitz ritiene, ad esempio, che le controculture del 1968 siano nate in larga parte in reazione a cambiamenti culturali avviati dalla ridefinizione, effettuata dalla televisione, dei confini tra retroscena e palcoscenico pubblico; e dall'esposizione di aspetti di vita prima segregati. Il rifiuto dell'autorità e degli stili di vita tradizionali, l'enfasi sul corpo e l'identità, avrebbero un forte collegamento con l'ingresso sul palcoscenico pubblico dei primi 'figli della televisione'. L'esposizione dei comportamenti privati, l'indebolimento delle identità di gruppo tradizionali e la messa in discussione dell'autorità, tutti fermenti culturali profondamente connessi al nuovo medium; avrebbero preparato il terreno su cui le contro-culture giovanili sarebbero fiorite. “Una questione comune a molti temi dominanti nelle contestazioni fu il ‘vuoto di credibilità’. Questo vuoto poteva essere fatto risalire allo squilibrio tra comportamenti di primo piano e comportamenti da retroscena (resi visibili di recente).” (Meyrowitz, 1985: 225) La rivendicazione di una sfera di autonomia personale e della propria identità divergente, l'esposizione di comportamenti un tempo riservati alla sfera intima in pubblico, divengono tratti caratteristici delle contro-culture.

Le reti digitali e mobili investono e trasmutano aree un tempo segregate o intime della vita sociale, e confondono ancor maggiormente i campi sociali separati. La mass-self communication

abilità, inoltre, l'esposizione pubblica di ogni più piccola malefatta privata o pubblica delle élite con un semplice click; incrementando la natura scandalistica⁸⁸ della politica moderna. Il rischio potenziale dello scandalo diffuso e autoprodotta sta nella possibile ulteriore riduzione della credibilità del sistema politico e del rispetto per l'autorità; unite all'incremento del cinismo politico.

Desideri profondi di autonomia individuale solcano, al contempo, i fermenti in corso. L'esposizione di aspetti intimi del sé suscita scandalo e panico, ma insieme viene rivendicata come forma nuova di sociability e di riappropriazione di identità e corpo.

I processi di individualizzazione sono il centro focale di molti conflitti sociali contemporanei, dalle tematiche di genere, alla rivendicazione della sessualità, all'invenzione creativa di identità locali in contrapposizione-negoziazione con le culture globali, fino ad arrivare ai conflitti relativi a specifici stili di vita. Le culture del consumo (es. Vegan o sostenitori della decrescita) e le culture giovanili si trasformano in siti divergenti di possibile antagonismo. "The emergence of punk... had elements which could easily be reduced to fashion, but also a powerful symbolic antagonism, in the sense of breaking away from consolidated canons of decorum and good taste. In other words it also had a distinctive countercultural flavor." (Della Porta & Diani, 2006: 49) Le reti digitali e mobili abilitano nuove forme di creatività riflessiva e stimolano l'elaborazione di nuove identità e culture partecipative che possono trasformarsi in nuovi siti divergenti di conflitto. Contemporaneamente, si prestano al disciplinamento e alla normalizzazione dei corpi. Conflitti concreti si annunciano per la rivendicazione di autonomia e corpo.

L'identità è elaborata sempre in relazione all'altro. La maggiore centralità di reti personali, volontariamente selezionate e attivate, nelle forme di socialità contemporanee trasforma i processi di costruzione del sé e di messa in relazione di questo. Il sé creato riflessivamente in stretta connessione con l'Altro strutturato, selezionato e attualizzato nei propri ego network può influenzare

profondamente l'emergere di movimenti sociali. Numerose ricerche hanno, ad esempio, dimostrato che le persone molto spesso vengono coinvolte in azioni collettive attraverso contatti personali. La profonda relazionalità delle forme sociali odierne, l'ubiquità e pervasività dei network amicali, può favorire la partecipazione a movimenti sociali o, al contrario, essere giocata come narcisistica esposizione continuativa del sé e ritiro nella sfera relazionale più intima.

Le identità collettive, necessarie alla messa in forma di processi sociali di conflitto, in ogni caso, trovano nuovi spazi di formazione e creazione di solidarietà negli sterminati, e mai completamente controllabili, mondi digitali. Castells individua tre macro categorie di identità collettive: legitimizing identity, create dalle istituzioni dominanti per estendere il proprio potere; resistance identity, create dai subordinati per resistere al disciplinamento normalizzante e mantenere viva la propria differenza; e project identity, nuove identità costruite dagli attori sociali, utilizzando i materiali culturali che hanno a disposizione, per ridefinire e trasformare "their position in society and, by so doing, seek the transformation of overall social structure." (2004: 59) Le identità progettuali sono intrinsecamente votate al conflitto, quelle resistenti possono trasformarsi in progetti di trasformazione sociale; ed entrambe nel corso del tempo possono, vincendo, diventare dominanti. Le reti digitali e mobili sono un ambiente sterminato e mutevole in cui il conflitto delle differenze significative può scatenarsi. La mass self-communication, abilitando la diffusione di artefatti culturali e interazioni orizzontali, facilita la messa in forma di aggregati contro-culturali e di comunità solidali antagoniste. Le culture partecipative, le comunità di gusto e le passioni subculturali possono altrettanto trasformarsi in scintille di conflitto. La socialità maggiormente fondata sull'affinità nasce da "nuove strutture orizzontali", in cui sperimentare intensi momenti d'estasi, di empatia e di coinvolgente immediatezza. L'affinità culturale

trasformata in sensuale solidarietà, per quanto mutevole, instabile, multipla e cangiante, crea un'identità flebile, ma in relazione; e "la sensibilità collettiva che proviene dalla forma estetica" può sfociare "in un legame etico" (Maffesoli, 1988: 50). L'individualismo profondo delle culture di rete e l'instabilità di ogni identificazione, unita alla capacità del sistema neo-capitalistico di inglobare i fermenti culturali e alla fragilità di ogni confine-frontiera culturale, non esclude il formarsi di legami solidali minimamente più stabili negli aggregati culturali partecipativi e creativi; né che questi possano trasformarsi in fondamento per l'azione collettiva politica e non. Ancor più, proprio l'instabilità-fluidità di ogni definizione del sé può spingere a forme di estremismo politico, proprio nel tentativo di rivendicare una sfera di autonomia e uno spazio liberato. La creatività riflessiva diffusa che prende forma nelle reti digitali e mobili, in ogni caso, offre una sensazione di empowerment e mantiene vive - crea e rimescola differenze culturali e sociali; elementi centrali per la formazione di network conflittuali.

Le reti digitali e mobili impattano particolarmente proprio l'emersione di 'dense informal networks'. L'ambiente digitale facilita il networking tra attori sociali e la mobilitazione; non solo riduce "the costs of mobilization, allowing streamlined and flexible structures, but also facilitated reciprocal interaction between different areas and movements." (Della Porta, 2013: 68) Le tecnologie di rete offrono spazi relazionali orizzontali per la creazione di link solidali, abilitano la diffusione rapida di materiali culturali, facilitano la creazione e il mantenimento in vita delle identità collettive tra un'iniziativa e l'altra, abilitano forme organizzative e decisionali de-centrate; e permettono il coordinamento tra i vari attori sociali; tutto questo a costi ridotti e su scala planetaria.

I movimenti sociali verificatesi negli ultimi anni, non a caso, sono caratterizzati da dinamiche relazionali e organizzative che esaltano la logica reticolare e informale da sempre caratteristica di questo

tipo di fermenti culturali. Castells (2012) si spinge a definirli *Networked Social Movements*, proprio per le forme di socialità e relazionalità adottate, e per l'utilizzo intenso delle tecnologie interattive. I Networked Social Movements usano costantemente Internet e i dispositivi mobili per comunicare, produrre e distribuire materiali, coordinarsi e co-decidere; ma la reticolarità relazionale non si ferma agli spazi digitali. Include reti sociali online e offline, create nelle azioni di protesta e preesistenti, e varie forme di connessione e appartenenza a differenti livelli di intensità. La socialità dei movimenti e la creazione di solidarietà, spesso, passa per momenti di liberazione-occupazione di spazi urbani, ma la continuità dell'azione politica prende forma in rete; spazio libero, orizzontale e distribuito, con costi di utilizzo molto ridotti. Diverse ricerche⁸⁹ hanno dimostrato la centralità delle comunicazioni orizzontali tramite Internet per mantenere in vita i movimenti, le identità collettive e i network che li sostengono, tra un'iniziativa e l'altra.

Le reti digitali e mobili non si limitano a offrire spazi, piuttosto il loro utilizzo abilita e favorisce l'emersione di specifiche forme di azione, da-forma al movimento. Reti sociali autonome e distribuite, singoli individui, si connettono su scala locale e globale, conservando la propria autonomia, ma grazie alle tecnologie interattive riuscendo a coordinarsi orizzontalmente. La forma rete è "the basic features of the kind of social movements emerging in the Information Age" (Castells, 2001: 135). Le reti di comunicazione orizzontale permettono un nuovo tipo di azione collettiva coordinata e un nuovo tipo di relazionalità politica all'interno dei movimenti sociali. I movimenti sociali odierni si configurano, secondo Castells, come reti di reti e "do not need a formal leadership, command and control centre, or a vertical organization." (Castells, 2012: 221)

I movimenti sociali hanno, secondo diversi autori, sempre avuto forma reticolare; ma tendono con il passare del tempo a evolversi in forme maggiormente organizzate-istituzionalizzate-burocratizzate o

a perdere di consistenza. “In many cases, network dynamics remain purely informal. Often, however, a hybrid model of “network organization” develops, combining elements of formality with those proper to a loose network structure” (Della Porta & Diani, 2006: 160). Molti di questi network informali o parzialmente formalizzati tendono a essere del tutto temporanei, alcuni si trasformano man mano in organizzazioni vere e proprie.

L’assenza di leader nei movimenti odierni è, poi, contestata a vari livelli da diversi autori che tendono ad assegnare un’importanza maggiore⁹⁰ alle iniziative di occupazione di spazi urbani. L’incontro negli spazi fisici liberati solidifica legami e identità formate attraverso le azioni conflittuali; “subjectivity constantly under the threat of disaggregation... hence the importance of interaction and community building within physical spaces.” (Juris, 2012: 266) Gerbaudo ritiene i sit-in di massa “the hallmark of contemporary popular movements” (2012: 5). Queste assemblee coreografiche, e gli specifici luoghi dove si svolgono, assumono un forte valore simbolico e favoriscono la creazione di legami sociali solidali tra persone molto eterogenee. I sit-in sono organizzati e coreografati da influenti leader, anche se spesso anonimi ai più. I coreografi esercitano una forma di leadership invisibile, emotiva e dialogica; ma centrale nelle fasi di mobilitazione e per la creazione della scenografia e della messa in scena delle assemblee. “If the activist spaces created by Occupy and other groups are indeed characterized internally by a strongly participatory character, their initiation and maintenance nevertheless requires the work of a few committed activists.” (2012: 132)

Castells ritiene, al contrario, i media interattivi in grado di abilitare forme reticolari di organizzazione che non siano effimere. Il forte desiderio di autonomia individuale e la sfiducia verso la delegazione di potere di molti partecipanti, unita alla capacità di coordinamento offerta dai network, impediranno, inoltre, l’emersione di leadership individuali⁹¹.

Le reti digitali e mobili facilitano, indipendentemente dalle divergenze teoriche, l'emersione di nuove o differenti o rinvigorite fratture sociali, stimolano la creazione di identità conflittuali della più disparata natura, e il coordinamento distribuito dell'azione collettiva. I movimenti sociali degli ultimi anni si sono, però, molto spesso, scontrati contro forti reazioni repressive da parte delle forze dell'ordine, che hanno a loro volta utilizzato le reti per disciplinare o eliminare il dissenso sociale.⁹²

Mutations

“La rivoluzione è uno spot, il più elementare e atavico di tutti. La rivoluzione è un feticcio visuale in cui incarnarsi e sfogare la rabbia repressa. Una V grondante di sangue e pubblicità.”

Partecipazione, politica, società, tecnologie, economia, culture, identità sono fenomeni complessi, connessi in modi imprevedibili. L’impatto dei cambiamenti in una sfera non è mai determinato a priori. Conflitti, creatività riflessiva, relazioni di potere, divari sociali, esclusioni, violenza e casualità determineranno le direzioni delle mutazioni in corso. I cambiamenti in una sfera non sono, però, irrilevanti e possono generare trasformazioni profonde. La pervasività dei media interattivi e mobili, l’emergere prepotente delle dinamiche di rete, il costante rimescolarsi di ogni cosa negli ambienti digitali, l’incremento delle possibilità partecipative e di comunicazione, le nuove forme di visibilità, socialità e costruzione del sé in relazione; generano fermenti indeterminati.

Le mutazioni emergenti in campo politico sono abilitate dalle reti digitali e mobili, ma verranno determinate mediante conflitti sociali per ri-produrre - trasformare la società e le relazioni di potere esistenti. Le tecnologie interattive svolgono, però, un loro ruolo peculiare: abilitano e stimolano i fermenti in corso, favoriscono l’emersione di specifiche tendenze e trasformano l’ambiente in cui la vita quotidiana prende forma. “Democracy adapt to the means of communication available” (Della Porta, 2013: 86).

I media digitali interattivi, secondo alcuni studiosi, danno forma ad un ambiente culturale intrinsecamente favorevole a forme politiche democratico-partecipative o democratico-deliberative o al limite di democrazia diretta. Grossman, ad esempio, ritiene che *“le attuali tecnologie di telecomunicazione probabilmente permetteranno al nostro sistema politico di tornare alle radici della democrazia*

occidentale, così come essa è esistita nelle antiche città-stato greche" (1997: 43) (1997: 43).

L'impatto delle tecnologie digitali e mobili sarà, secondo molti autori⁹³, fortemente dipendente dal contesto, dalle relazioni di potere preesistenti e dalle pratiche sociali di utilizzo; ma sostanzialmente positivo. L'emergere della *mass self-communication* rappresenta, infatti, un'opportunità per un cambiamento radicale delle dinamiche comunicative, della cultura e della società. "New platforms create openings for social, cultural, economic, legal, and political change and opportunities for diversity and democratization for which it is worth fighting" (Jenkins et al., 2013: XIV). I network digitali, permettendo agli individui e alle organizzazioni di produrre e distribuire messaggi e contenuti "largely bypassing the control of corporations and bureaucracies" (Castells, 2013: XX), facilitano il cambiamento. Il potere di gatekeeping e i controlli centralizzati delle élite diminuiscono. "Technology does not determine the process and the outcome of power-making process, but is not neutral either, since it maximize the chances for the expression and mobilization of alternative project" (ibidem: XXV) La partecipazione grassroots, l'incremento della libertà di comunicazione, maggiori spazi sociali aperti al contributo di tutti, all'irritazione e al conflitto; possono generare trasformazioni profonde.

Le maggiori opportunità di interazione, produzione creativa, comunicazione e partecipazione possono tramutarsi, però, anche in strumenti di ulteriore penetrazione del potere nel sociale e nei corpi degli individui. "*Participation is a concept which is often deemed socially and politically beneficial, although we often see a more gentle, minimalist approach to interactive/participatory practices, which do not touch the core of the power relations of the social systems that might be organizing or facilitating these practices.*" (Carpentier, 2009: 418) Le precedenti relazioni di potere possono tentare, con successo variabile, di dar forma, organizzare e cooptare

le nuove forme di partecipazione politica; e possono, altrettanto, usare a proprio vantaggio le scintille di divergenza e conflitto. I rapporti di potere⁹⁴, per Foucault, *“non possono esistere che in funzione di una molteplicità di punti di resistenza, i quali svolgono, nelle relazioni di potere, il ruolo di avversario, di bersaglio, d'appoggio, di sporgenza per una presa.”* (1976a: 85)

La creatività diffusa delle culture partecipative e i fermenti conflittuali possono trasformarsi, così, in un'ulteriore modalità di penetrazione del potere nel sociale, in un'ulteriore strumento di trasformazione dell'uomo in *“una bestia da confessione.”* (ibidem: 55) Il potere, per Foucault, *“cannot be exercised without knowing the inside of people's minds, without exploring their souls, without making them reveal their innermost secrets. It implies a knowledge of the conscience and an ability to direct it.”* (1982: 333)

La partecipazione tramite reti digitali, nella visione di Andrejevic, abilita una nuova forma di 'productive surveillance'; alimentata da una strategia discorsiva che spinge le persone a una perpetua confessione digitale. *“Viewers and consumers are invited to subject themselves to form of interactivity that monitor their behavior with the promise that this interactivity offers an outlet for creative self expression.”* (Andrejevic, 2004: 2) L'interattività si trasforma in una forma di sorveglianza, che non è presentata come tale, ma come una democratizzazione dei mezzi di produzione culturale e della celebrità. *“On the one hand is the promise of interactivity – that access to the means of media production will be thrown open to the public at large... On the other hand is the reality... that interactivity functions increasingly as a form of productive surveillance.”* (ibidem: 2) I più intimi segreti, le interiora degli individui, si trasformano in strumento di potere e controllo a disposizione di pochi⁹⁵. I corpi spezzati vengono ri-modulati. *“The target of control is not subjects whose behaviour expresses internalized social norms; rather, control aims at a never-ending modulation of moods, capacities, affects, potentialities, assembled in genetic codes,*

identification numbers, ratings profiles and preference listings... Control works at the molecular level of bodies.” (Clough, 2003: 360)

Castells ritiene, al contrario, le reti digitali capaci di abilitare e agevolare l'emersione di 'nuove' tendenze socio-politiche. Le tecnologie non possiedono, per l'autore, intrinseche caratteristiche che ne definiscono gli effetti, questi dipendono dai contesti sociali in cui si inseriscono; di per sé non sono in grado di determinare la conservazione delle relazioni di potere o la loro trasformazione. I media interattivi hanno, però, caratteristiche che rendono più probabili determinate trasformazioni. Le reti digitali abilitano comunicazioni libere e mobili, agevolando l'emersione di spazi di autonomia-libertà individuale. “However to reinforce freedom does not solve the problems of the uses of freedom. You can be free to kill... digital communication both increases freedom and the chances for surveillance.” (Castells, 2009b: 7) L'autore ritiene il nuovo ambiente digitale in grado di favorire, non determinare, l'emersione di tendenze politiche libertarie o neo-anarchiche. “The Anarchist themes resonate with current social movements. Anarchy is utopia, anarchism is ideology. Social movements are increasingly rooted in anarchist themes, even if they would not call themselves anarchists... What some militants propose in a variety of social movements is to conceive a society made of local free communes that become able to manage the complexity of a large-scale society via networking technologies and deliberative virtual spaces.” (ibidem: 8) Castells non considera, però, scontato, né tecnologicamente determinato, il risultato di queste tendenze. Conflitti sociali e culturali intervengono a modificare le tendenze agevolate dai cambiamenti tecnologici.

I network interattivi e la mass self-communication abilitano la creazione e il coordinamento di eterotopie locali su scala globale. Le reti stimolano l'emersione di questi fermenti sociali, di nuove identità progettuali in grado di coordinarsi a livello globale, ma sono

gli attori sociali creativi che attraverso l'uso dell'immaginazione trasformano o riproducono la società e la cultura.

I movimenti sociali impegnati in pratiche e azioni trasformative, inoltre, non necessariamente hanno, nel nuovo contesto, la forza per realizzare i propri progetti all'interno delle relazioni di potere preesistenti. I conflitti per la riproduzione-trasformazione della società non hanno mai un esito predefinito. "Some times, resistance movements blocked a society without the capacity to advance an alternative organization and they provoke a violent reaction from conservative forces that restores the law and order of bureaucracy and capitalism... the historical outcome of the practice of these social movements is an open question." (Castells, 2009b: 8)

Le reti di comunicazione incrementano la capacità riflessiva degli attori sociali di agire sulla società e sulla sua produzione, riproduzione e trasformazione. Irritano le culture, stimolano la creazione di nuovi progetti sociali e si configurano come uno spazio intrinsecamente tendente all'autonomia individuale, ma contemporaneamente si prestano a forme di controllo e manipolazione. Il contenuto dei nuovi possibili progetti sociali, inoltre, non è definito e potrebbero prendere forma anche nuovi regimi disciplinari o populistici o la balcanizzazione completa della società in isole disperse e incapaci di comunicare. La mass self-communication, ammonisce l'autore, "enhances the opportunities for social change, without however defining the content and purpose of such social change. People... are angels and demons at the same time, and so our increased capacity to act on society will simply project into the open who we really are in each time/space context." (Castells, 2009a: 8)

Il dibattito sul potenziale emancipativo o oppressivo dei network interattivi e dispersi, e della partecipazione culturale e politica negli ambienti stratificati del vivere odierno, più di recente, si è focalizzato sull'analisi di "different contexts and practices of participation" (Jenkins & Carpentier, 2013: 273). Tentando, così, di

evitare: sia il fatalismo dei ‘critical studies’, secondo cui non cambia mai nulla o il potere disciplinare si espande; sia quello di molti teorici dei media interattivi, che ritengono il nuovo ecosistema digitale e la partecipazione capaci di generare, quasi automaticamente e per inerzia, cambiamenti positivi nella vita politica e sociale. Jenkins, ad esempio, dopo aver, per sua stessa ammissione, contribuito all’esaltazione della partecipazione digitale in sé; ha spiegato recentemente di ritenere necessario considerare più attentamente le pratiche partecipative e i contesti in cui queste si innestano. Ha riconosciuto il pericolo di un incremento della sorveglianza; il consolidarsi di tendenze e strategie che favoriscono lo sfruttamento da parte del mercato e della politica delle attività degli utenti dei media digitali; e l’esistenza di un significativo ‘participation gap’⁹⁶. L’autore continua a ritenere, però, che le culture partecipative e le opportunità offerte dalle reti, soprattutto se abbinate a processi di apprendimento adeguati, possano stimolare cambiamenti profondi. Le persone sono in grado di contribuire maggiormente alla formazione di “the cultural and political agenda through curation and circulation” (ibidem: 14). Nuove forme di partecipazione e nuovi movimenti sociali possono, inoltre, emergere, ed essere maggiormente efficaci, grazie alle reti digitali e mobili. I cambiamenti profondi abilitati non sono, però, l’inevitabile conseguenza del nuovo ecosistema mediale, piuttosto “something we have to struggle toward every step along the way” (ibidem: 266). La partecipazione, nelle più recenti teorizzazioni di Jenkins, è “always something to strive toward, perhaps there is some value in using the term to refer not to actual practices but to expectations about what kinds of social, cultural, economic, or political relationships might emerge within a more participatory culture.” (Ibidem: 273)

Le nuove forme di narrazione politica partecipata devono essere analizzate all’interno di questo quadro sociale e culturale complesso, degli esistenti rapporti di potere e tenendo ben presenti i limiti della partecipazione politica stessa. Le reti digitali e mobili, i

fermenti e le mutazioni emergenti, verranno definiti mediante conflitti sospesi tra spirali disperse di piacere e potere.

¹ Vedi Silverstone (2002); R. Williams (2005); Robin Williams & Edge (1996).

² Vedi Gee (2004).

³ “Scene” è un concetto usato da Irwin. “It is something which is occurring at a particular time and space... (1) The style of life is recognized as an explicit and shared category... (2) There are various styles of life available... (3) Finally, one’s commitment to a particular scene is potentially tentative and variable” (Irwin, 1970: 74).

⁴ Appadurai (1996).

⁵ Nella traduzione italiana -scape è tradotto in -rami, si è preferito reintegrare la dicitura originale in quanto entrata nel linguaggio scientifico corrente.

⁶ Il riferimento è ad Anderson (1996).

⁷ Il concetto di post-moderno è di per sé problematico. Qui è usato per indicare “la logica culturale del tardo-capitalismo” (Jameson, 1991).

⁸ Vedi Appadurai (1986), Kopytoff (1986) e Canevacci (2000, 2007).

⁹ “da cui ogni “avere” effettivo deve desumere il proprio prestigio immediato e la propria funzione ultima.” (Debord, 1967: v.17)

¹⁰ Featherstone sottolinea, a sua volta, che, per quanto diffusa, questa condizione culturale è dipendente comunque da specifiche posizioni sociali; rinforzando l’idea espressa da Appadurai che i flussi culturali sono panoramatici, ovvero appaiono e si concretizzano in maniera diversa a secondo della posizione da cui li si osserva.

¹¹ “Si può considerare la gente come impegnata in un complesso gioco di segni (sign play) che mima e vibra in sintonia con l’eccesso di segni in un ambiente tutto edificato” (Featherstone, 1994: 141).

¹² Il termine è usato da Foucault (1976a) per descrivere il rapporto esistente tra potere e piacere.

¹³ “La riflessività della vita sociale moderna consiste nel fatto che le pratiche sociali vengono costantemente esaminate e riformate alla luce dei nuovi dati acquisiti in merito a queste stesse pratiche, alterandone così il carattere in maniera sostanziale” (Giddens, 1990: 46)

¹⁴ Probabilmente, almeno in parte, nascono dai diversi background culturali ed interessi dei due autori. Turner è interessato allo studio dei rituali e alla trasformazione di questi in un nuovo contesto (i sobborghi

urbani, le favelas brasiliane). E, più in generale, al legame tra rituali e forme culturali sviluppatasi successivamente.

¹⁵ “Nel mettere insieme *dress* e *code* si sottolinea una pragmatica del corpo che si modifica, si costruisce, si risignifica attraverso continue e oscillanti scelte da parte di un soggetto mutante e molteplice, nella sua relazione costitutiva e temporanea con il contesto all’interno del quale esporre tale pragmatica comunicazionale” (Canevacci, 2007: 23-24)

¹⁶ Rumore è da intendersi come comunicazione allo scopo di tenere accesa-aperta la discussione e riempire i silenzi.

¹⁷ Anche se alcune delle modalità indicate sono essenzialmente private; grazie alla fissazione della conversazione che il mezzo digitale abilita, questa può essere sempre ri-diffusa, anche, contro lo volontà di uno dei partecipanti alla discussione. In ogni caso, perde il carattere volatile che apparteneva alla ‘chiacchiera’ davanti alla macchinetta del caffè. Persistence, Searchability, Replicability, Invisible audiences sono le 4 caratteristiche delle reti digitali che determinano una trasformazione profonda delle dinamiche conversazionali. (Boyd, 2007)

¹⁸ Denominazione informale per indicare un gruppo di studiosi neo-marxisti che si formò originariamente presso l’istituto per la ricerca sociale dell’Università di Frankfurt am Main. Il gruppo interdisciplinare riuni studiosi di grande levatura e in parziale dissenso con il marxismo ortodosso. Ne fecero parte: Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Herbert Marcuse, e, per quanto in posizione decentrata e con idee divergenti, Walter Benjamin.

¹⁹ Vedi Hall (1997e).

²⁰ Vedi Morley (1980, 1981, 1983, 1986).

²¹ Vedi Morley (1986) e Hobson (1980, 1982).

²² Vedi Ang (1985), Radaway (1987) e Walkerdine (1986).

²³ Vedi Bourdieu (1983) e Douglas & Isherwod (1984).

²⁴ Inteso nel senso che Hall dà al termine; ovvero di definizione di spazi operativi, di limiti e parametri.

²⁵ Vedi anche Gray (2008).

²⁶ Un buon esempio può essere un testo secondario che pone una domanda sulla trama, formula un’ipotesi o invita i lettori a partecipare con lettere o a sondaggi di opinione.

²⁷ Prison Break, una delle serie di maggior successo tra i 'giovani' negli primi anni del nuovo millennio, offre un interessante parallelo.

²⁸ L'autore distingue tre tipologie di gusti: legittimo, medio e popolare.

²⁹ In Fiske (1989b).

³⁰ Per ragioni analoghe, Fiske ritiene che i Quiz Show, basati su conoscenze tipicamente inerenti la vita domestica, siano piacevoli per le persone di genere femminili.

³¹ È da intendersi come immortalità delle persone (people) nel ciclo delle nascite e delle morti, non della persona singola.

³² Perdita, trasformazione e ricerca del sé sono tratti caratteristici del post-moderno.

³³ Come va scomparendo la differenza tra subcultura, fandom e stile di vita.

³⁴ Ad es. Le istituzioni, al fine di rendere la propria azione efficace, devono tentare di "controllare la condotta umana fissando modelli prestabiliti" (Berger & Luckman, 1969: 84). I ruoli sociali sono esattamente questo, una forma di "azione tipicizzata". Un altro es. può essere la segmentazione per target di mercato, alla base del marketing, che è un tentativo di creare dei consumatori 'tipo'; per l'impossibilità, anche in tempi di produzione *just in time*, di produrre merci completamente personalizzate.

³⁵ Attrattori: "schegge simboliche che perforano i moduli percettivi di uno sguardo tutt'altro che ingenuo o manipolabile, bensì addestrato alla decodifica. Desideroso di selezionare e distinguere. Di essere selezionato ed essere distinto" L'attrattore "si manifesta, infine in codici minimi, in dettagli più o meno micrologici che hanno la capacità di esercitare una potente attrazione visiva grazie all'alto contenuto di feticismo visuale incorporato... L'attrattore azzera temporaneamente il movimento dell'occhio esercitando un potere incollante tra lo sguardo e la cosa." (Canevacci, 2007: 6-7)

³⁶ Vedi Cap. 2.

³⁷ "These practices can simultaneously intensify the commodity' s contradictions between use and exchange value, and allow the extension of commodified exchange value." (Hills, 2002: 161)

³⁸ Ovviamente questo non tiene in considerazione i corpi resi immortali, sin dagli albori dell'umanità, dagli artisti in varie forme. Ma, se si esclude

questa minoranza, per la maggioranza delle persone, il corpo era un medium efficace solo attraverso la presenza.

³⁹ Fotografia e audiovisivo non sono di certo fenomeni recenti, ma solo la rivoluzione digitale li rende realmente pubblici; prima erano confinati quasi esclusivamente nel ristretto cerchio familiare o dei legami amicali più stretti.

⁴⁰ Vedi Abruzzese & Ferraresi (2009) e Schwarz (2010).

⁴¹ L'autore distingue tra fandom e cult fandom. La differenza non è connessa "to the intensity, social organisation or semiotic/material productivity of the fandom concerned, but rather to its duration, especially in absence of 'new' or official material in the originating medium." (Hills, 2002). La sottile distinzione, non di tipologia o attività, ma inerente la durata temporale, ci permette di considerare alcune delle riflessioni dell'autore relative ai testi cult, almeno in parte, estendibili al più generale fenomeno del fandom.

⁴² Non sorprende considerato che, secondo l'autore, il 90% della produzione culturale scritta dei fan è opera di persone di genere femminile.

⁴³ L'autore chiarisce che non è un'operazione corretta applicare i suoi risultati a tutti i fan, ma sostanzialmente lo fa.

⁴⁴ 'Masculinized' perché l'immagine patologizzata del fan ha caratteri ritenuti 'femminili' dai fan.

⁴⁵ Il legame tra emozioni e piaceri è profondo. Campbell (1987) ritiene le emozioni una potente risorsa di piacere.

⁴⁶ Vedi M. Z. Rosaldo (1980, 1983) e R. Rosaldo (1980).

⁴⁷ de Kerckhove, d. Intervista in "Due filosofi a confronto. Intelligenza collettiva e intelligenza connettiva: alcune riflessioni", MediaMente, 1998. (Retrieved February 5, 2014, from <http://www.mediamente.rai.it/home/bibliote/intervis/d/deker05.htm>).

⁴⁸ È differente dalla nozione di conoscenza condivisa, che si riferisce ad informazioni note a tutti i membri della comunità.

⁴⁹ L'autore chiarisce che la transmedialità non è una caratteristica del tutto nuova, ma assume connotati radicalmente differenti. Probabilmente enfatizzando un po' troppo la differenza con le forme precedenti.

⁵⁰ Sono pochi i servizi che hanno tentato la strada della remunerazione diretta dei contenuti degli utenti, nella maggioranza dei casi gli utenti non

ottengono nessun compenso. Per quanto riguarda siti, forum e blog l'unica forma di guadagno possibile al momento è la pubblicità e i 'redazionali', ma non è chiarissimo quanto queste possano dar vita ad un sistema di produzione economicamente e socialmente sostenibile.

⁵¹ Vedi ad es. l'accordo con gli editori francesi. (Retrieved 04/03/2014 from http://www.corriere.it/tecnologia/economia-digitale/13_febbraio_02/francia-accordo-google-paga-giornali_752f3d46-6cfa-11e2-8cda-116f437864e3.shtml?refresh_ce-cp)

⁵² Gli autori usano il termine in controtendenza rispetto alla maggioranza degli approcci teorici che considerano i fan qualcosa di più simile alla categoria cultists nello schema di Abercrombie e Longhurst.

⁵³ Gli utenti Facebook e Twitter ricevono news anche da account professionali (rispettivamente 17% e 8%). Complessivamente il 32% degli utenti italiani della rete riceve informazioni tramite i due SNS. (Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo," 2015)

⁵⁴ (C. Anderson & Wolff, 2010).

⁵⁵ Vedi <http://www.pewinternet.org/>.

⁵⁶ Henry Jenkins (2009) elenca una serie di competenze specifiche necessarie: gioco, simulazione, performance, appropriazione, multitasking, conoscenza distribuita, intelligenza collettiva, giudizio, navigazione transmedia, networking e negoziazione.

⁵⁷ Vedi (Dahlgren, 1995, 2009; Habermas, 1962, 1981, 1992).

⁵⁸ Vedi anche (McCombs, 2014; Scheufele & Tewksbury, 2007; Shaw & McCombs, 1977).

⁵⁹ Vedi anche (Entman, 2004, 2007, 2010).

⁶⁰ Vedi anche (McCombs & Coleman, 2007).

⁶¹ Vedi anche (Broersma & Graham, 2012).

⁶² Si vada, ad esempio, la discussione tra alcuni dei principali responsabili della seconda campagna del Presidente Obama, svoltasi all'University of Chicago, e l'uso estensivo da parte del team di Big Data, micro-targeting, fundraising tramite reti, social media... (Retrieved 13/06/2013 from Prima parte:

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=EDOG2syD5n4,

Seconda

Parte:

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=jubDqSQ-tuk).

⁶³ Vedi Agre (2004), Dahlgren (2009), Downs (1957), Graber (1996), Popkin (1991).

⁶⁴ Vedi Castells, (2009), Mazzoleni & Sfardini (2009) e Van Zoonen (2005).

⁶⁵ Vedi anche J. B. Thompson (2000, 2005).

⁶⁶ "...una campagna che incarna la nascita di una nuova forma di *insurgent politics* che ha la potenzialità di trasformare totalmente la pratica polica." (Castells, 2009a: 384) Tra gli altri, vedi Bang (2009), Harris, Moffitt, & Squires (2010), Knorr Cetina (2009), Kreiss (2012), Redmond (2010).

⁶⁷ Ad es. "I Got a Crush... on Obama", prodotto da BarelyPolitical.com. An Internet viral video, first posted on YouTube in June 2007, featuring a young woman seductively singing of her love for then-U.S. Senator (later President) Barack Obama. In un'intervista, parlando di questo video, Obama ha dichiarato: "It's just one more example of the fertile imagination of the Internet. More stuff like this will be popping up all the time." ([Des Moines Register](#), June 19th, 2007).

⁶⁸ In particolare l'America è ancora scossa dagli effetti del terrorismo, della Guerra, della crisi economica e delle divisioni etniche e razziali.

⁶⁹ "Alcune di queste emozioni svolgono un ruolo particolarmente importante nel processo politico. Una di queste emozioni è la paura. Un'altra è la speranza." (Castells, 2009a: 185).

⁷⁰ Obama, 'A More Perfect Union' Philadelphia, PA | March 18, 2008. (Retrieved 15/4/2014 from <http://my.barackobama.com/page/content/hisownwords>).

⁷¹ "None the less, the superhuman qualities that Obama possess render him more like a (alien) Messiah figure with a transcendental power to affect change. This is not the same type of healing power practiced by television evangelists who miraculously cure followers of arthritis or cancer, but one who can rid the world of its political, social and economic ills. Obama seems not to be of this world (hence the idea of the alien), even if his well documented and read autobiography grounds him so. Such a figure necessarily needs to be beyond race, while being seemingly connected deeply to a raced history; to be both human and yet superhuman; to be liquid in form." (Redmond, 2010: 12)

⁷² Vedi anche Hills (2005a).

⁷³ Vedi anche Elias (1987).

⁷⁴ Vedi Cap. 3.

⁷⁵ L'autore si riferisce al contesto del secondo dopoguerra.

⁷⁶ *Scream* è un film del 1996 diretto da Wes Craven.

⁷⁷ "... the Web environment constitutes a key social site, especially for young people in late modernity, and that the contingencies of its use and the potential it offers have significance for the character of democracy." (Dahlgren, 2011: 11)

⁷⁸ Vedi Jenkins (2009).

⁷⁹ Vedi (Castells et al., 2006; Castells, 2001; Rainie & Wellman, 2012; Wellman & Haythornthwaite, 2002; Wellman, 2001, 2002).

⁸⁰ Henry Miller ha sintetizzato il concetto di in una sorta di dichiarazione programmatica, che Lasch (2004: 93) cita come esempio di questa nuova soggettività emergente. "Decisi che non mi sarei aggrappato a niente, che non avrei aspettato niente, che da quel momento sarei vissuto come un animale, una bestia da preda un rapace."

⁸¹ Platone *La Repubblica* (Tr. It. Milano: Rizzoli. 1981).

⁸² Vedi Mill (1859a, 1859b, 1862).

⁸³ Vedi (Dahl, 2000; Macpherson, 1979; Pateman, 1970, 1985; Poulantzas, 1979; Rosanvallon, 2008).

⁸⁴ Vedi (Dryzek, 2000, 2010; Elster, 1998; Fishkin, 1991, 2009; Offe & Pruss, 1991).

⁸⁵ (Della Porta & Diani, 2006; Diani, 2003, 2004).

⁸⁶ Vedi (Castells, 2012; Della Porta & Diani, 2006; Juris, 2004; Melucci, 1996; Touraine, 1973, 1984, 1985).

⁸⁷ Vedi (Meyrowitz, 1985; Offe, 1985).

⁸⁸ Vedi (Castells, 2009a; Meyrowitz, 1985; J. B. Thompson, 2000, 2005, 2011).

⁸⁹ Vedi (Della Porta & Mosca, 2005, 2009a, 2009b).

⁹⁰ Castells in alcuni lavori ha teso a sottolineare l'importanza degli spazi urbani di interazione, in altri molto meno. Vedi anche (Castells, 2012; Juris, 2004, 2008).

⁹¹ "Not Because of lack of would be leaders, but because of the deep, spontaneous distrust of most participants in the movement towards any form of power delegation." (Castells, 2012: 224) Vedi anche (Shirky, 2008).

⁹² Vedi (Della Porta, Peterson, & Reiter, 2006; Morozov, 2011).

⁹³ Vedi (Castells, 2007, 2009a; Dahlgren, 2005, 2013; Jenkins et al., 2013; Jenkins & Thorburn, 2003; Jenkins, 2006a).

⁹⁴ Le relazioni di potere sono, per Foucault, giochi strategici tra libertà “che fanno sì che gli uni cerchino di determinare la condotta degli altri e gli altri rispondano cercando di non lasciar determinare la propria condotta o cercando di determinare, a loro volta, la condotta degli altri.” (Foucault, 1984: 252).

⁹⁵ “The dystopian version of information glut anticipates a world in which control over the tremendous amount of information generated by interactive devices is concentrated in the hands of the few who use it to sort, manage, and manipulate. Those without access to the database are left with the “poor person's” strategies for cutting through the clutter: gut instinct, affective response, and “thin-slicing” (making a snap decision based on a tiny fraction of the evidence).” (Andrejevic, 2013: 42)

⁹⁶ “Minimally, we need to recognize that opportunities for participation are unequally distributed across the culture due to inequalities of access to technological infrastructure (the digital divide) and inequalities in terms of access to opportunities, skills, knowledge, mentorship, and experiences, which make it easier for some groups to participate than others (the participation gap).” (Jenkins & Carpentier, 2013: 282)



Pippo

Metodologia della Ricerca

Cap. 5

La presente ricerca si propone di analizzare le dinamiche contraddittorie, caotiche e multiplatforma, di costruzione-rappresentazione-tematizzazione di *issues* ed *identità politiche* nell'ambiente culturale odierno, caratterizzato dal moltiplicarsi a dismisura degli spazi comunicativi e dall'emergere della mass self-communication.

L'alto grado di penetrazione e saturazione dei media, il loro essere una dimensione essenziale e costitutiva dell'esperienza quotidiana, crea un ambiente socio-culturale stratificato in cui 'realtà', 'finzione', 'immaginario', 'fantastico' si confondono e fondono. L'appropriazione localizzata e contestualizzata dei flussi culturali, da parte degli attori sociali, crea e ri-genera differenze; attraverso l'immaginazione. "L'immaginazione è diventata un campo organizzato di pratiche sociali, una forma di attività ... e una forma di negoziazione tra spazi di azione (individui) e campi globalmente definiti di possibilità". (Appadurai, 1996: 31) Le dinamiche ibride e non lineari di *narrazione* e *partecipazione politica* emergenti prendono forma all'interno di questi spazi relazionali e culturali multipli e stratificati.

La mass self-communication e le reti globali interattive e mobili abilitano nuove forme di narrazione e partecipazione politica. Il controllo narrativo slitta e fluttua in una serie infinita di interazioni e comunicazioni multimediali e multiplatforma. Queste devono essere analizzate, però, ponendo particolare attenzione all'ambiente socio-culturale in cui si innestano, ai rapporti di potere preesistenti e alla differente capacità/non capacità di gruppi,

individui, sistema politico e sistema mediale di influire sull'agenda politica e di dar forma al 'senso comune'. Le opportunità di partecipazione si svuotano di gran parte del proprio significato se sistema politico e industrie culturali riescono a definire la salienza delle issues e il framing all'interno del quale devono essere interpretate. L'osservazione deve tener conto, inoltre, delle caratteristiche proprie delle nuove forme di interazione abilitate dai media digitali che possono favorire, al contempo e contraddittoriamente, l'emersione di 'nuove' tendenze socio-politiche e l'impegno civico o il populismo e forme di sfruttamento-sorveglianza.

Il disegno della ricerca può essere suddiviso in diverse fasi¹.

Ricerche e fonti statistiche

Ricerche e fonti statistiche esistenti permetteranno di individuare: la dieta mediale delle audiences (in particolare lo spazio conquistato dai nuovi canali di comunicazione politica) e le modalità di partecipazione politica più diffuse (con particolare attenzione: alle forme di contatto diretto con personaggi pubblici o istituzioni, e alla fruizione-produzione di contenuti politici non professionali). La rilevazione è necessaria al fine di individuare il grado in cui la possibilità di interagire e comunicare si traduce in partecipazione effettiva; e la differente diffusione di queste pratiche all'interno della popolazione.

Issues & frames

La prima fase della ricerca vuole analizzare ed evidenziare opportunità e limiti della partecipazione politica tramite reti digitali, focalizzandosi sulla capacità variabile di influenzare/non influenzare la selezione-costruzione dei temi di interesse pubblico e il frame all'interno del quale questi vengono interpretati.

Issues e frame ideologici presenti nella sfera pubblica italiana verranno, a questo fine, per un periodo di tempo limitato, rintracciati e tenuti sotto osservazione. Le principali notizie prodotte dai media professionali più diffusi, le dichiarazioni non mediate di partiti e personalità politiche, e i contenuti politici prodotti e ridistribuiti dagli utenti della rete e dei social media saranno analizzati e posti a confronto. Il confronto servirà a evidenziare: il potere di definire le tematiche ed influenzare l'agenda politica posseduto dai diversi attori, la corrispondenza o non corrispondenza dei temi, dei framing, dei criteri di selezione e spiegazione e dei complessi ideologici utilizzati.

L'osservazione partecipante delle dinamiche relazionali e culturali che prendono forma nelle sfere pubbliche digitali e disperse permetterà di:

- individuare nuove *forme* e *attori* della *comunicazione politica*.
- analizzare la capacità-incapacità del sistema politico e delle industrie culturali di imporre i propri criteri di selezione, tematizzazione e discorsivizzazione ideologica, nel nuovo ambiente interattivo; e la corrispettiva capacità-incapacità dei nuovi attori di offrire ed imporre temi, visioni, prospettive

ideologiche, spiegazioni, narrazioni politiche alternative e una più vasta gamma di opinioni. (*Il potere variabile degli attori di influenzare la costruzione del racconto politico.*)

- analizzare se i circuiti culturali e relazionali emergenti influiscano soltanto sulle forme e, parzialmente, sulla selezione degli attori della comunicazione politica o sulla stessa rappresentazione-costruzione e *narrazione della vita politica*.

La ricerca, a tal fine, si propone di osservare e analizzare i contenuti di interesse pubblico-politico prodotti e distribuiti in un periodo di tempo limitato da attori della comunicazione politica socializzata selezionati in base a criteri di: *diffusione, influenza, e rappresentatività* di varie tendenze socio-culturali.

Un contenuto di interesse pubblico-politico può trattare teoricamente qualsiasi argomento. Visti gli scopi della ricerca e le limitate risorse a disposizione, si adotta una definizione pragmatica e saranno prese in considerazione soltanto tematiche oggetto di discussione politica. È politico ciò che viene definito e discusso come tale. L'ingresso di una issue nell'agenda pubblica è, difatti, connesso con la tematizzazione di questa in senso politico. Lo stesso 'evento' può, ad esempio, essere trattato come un fatto di cronaca o come una problematica politica. Soltanto quando la narrativizzazione dell'evento porta al suo framing all'interno di cornici ideologiche che ne sottolineano l'importanza politica, questo può trasformarsi in argomento di discussione politica, imporsi nell'agenda politica e, al limite, trasformarsi in materia di intervento legislativo o governativo².

L'adozione, nella selezione degli attori della comunicazione politica socializzata, di criteri di diffusione e popolarità, potrebbe causare la selezione di un campione eccessivamente mainstream;

emarginando e ghettizzando tendenze e tematiche meno diffuse o più controverse. L'adozione di criteri di influenza e rappresentatività (di varie tendenze socio-culturali) tenta di ovviare a questo problema, al fine di analizzare un campione maggiormente rappresentativo dei contenuti e delle conversazioni sociali. Le issues e i framing dovranno, in ogni caso, connettersi almeno parzialmente ai flussi culturali mainstream (Dahlgren, 2009, 2013), prima di poter trasformare il 'senso comune' (Gramsci, 1975; S. Hall, 2006) ed emergere come temi importanti dell'agenda pubblica.

Stampa: Quotidiani e Periodici

La stampa quotidiana, sottoposta alla pressione dei media digitali e alla conseguente esplosione dell'offerta di news gratuite, attraversa un periodo di profondi cambiamenti. Da una parte la sfida del digitale erode le tradizionali fonti di remunerazioni, dall'altra offre nuovi canali per ampliare la propria audience, in profondo declino³, e sperimentare nuovi linguaggi.

I nuovi canali di distribuzione conquistano spazio anche in Italia, ma la vendita di copie digitali dei quotidiani e dei settimanali non è ancora un fenomeno molto diffuso. Ha già conquistato, però, una parte consistente delle audiences delle testate più innovative, con punte del 43% delle copie acquistate nella versione digitale tra i lettori del Sole 24 Ore⁴. La maggioranza dei quotidiani ottiene risultati, però, molto peggiori; tanto che il quarto quotidiano italiano per diffusione (escluse le testate sportive) la Stampa, registra solamente il 5,09% di copie vendute nella versione digitale. La digitalizzazione dei periodici si sta diffondendo ancora più lentamente. I supplementi di Repubblica sono gli unici ad avere una distribuzione significativa nella propria versione digitale, questo probabilmente perché si tratta di vendite in abbinamento al quotidiano connesso (Appendice A1 e A2).

La vera sfida per le redazioni tradizionali non è, però, la trasposizione degli stessi contenuti in nuovi formati, piuttosto la piena accettazione delle logiche di rete e dei profondi cambiamenti in corso nell'ecosistema mediale.

Mutare per conquistare un ruolo centrale nelle diete mediali digitali e nelle dinamiche di consumo-produzione-discussione che

prendono forma negli sterminati ambienti digitali. I risultati in termini di utenti web e di presenza nei social media, per i quotidiani che hanno puntato in modo deciso sulla rete, suggeriscono, infatti, una trasformazione molto più profonda del semplice cambiamento di canale distributivo. Le redazioni maggiormente innovative sembrano essere riuscite a conservare-conquistare una propria centralità attraverso i propri siti informativi e la presenza nei social media. La Repubblica, il quotidiano che ottiene risultati migliori sia per quanto riguarda il web che i social media, riesce ad attrarre quasi un milione e mezzo di visitatori al giorno, sopravanzando il Corriere della Sera (vedi Tab. 1). Il quotidiano risulta essere l'undicesimo sito per numero di visite in Italia, secondo Alexa⁵, e idem undicesimo tra quelli considerati da Audiweb.

Le redazioni più innovative adottano in rete nuove strategie e si propongono, a loro volta, come piattaforme sociali in grado di stimolare e fissare le conversazioni sociali; come spazi pubblici condivisi. Alcune lo fanno appellandosi agli istinti più corporali del pubblico al fine di stimolare visualizzazioni, conversazioni e condivisioni; tagliando contemporaneamente i costi redazionali (la cosiddetta tabloidizzazione). Altri quotidiani tentano di sfruttare la fiducia conquistata per porsi come certificatori di qualità; e la riconoscibilità dei brand per affermarsi nell'immensa offerta della rete. Le strategie di legittimazioni adottate si basano fortemente su parametri di professionalità e affidabilità delle news. Le testate contemporaneamente puntano, così, a proporsi, contraddittoriamente e contemporaneamente, come mezzo di informazione rapido e come spazio dedicato ad inchieste e approfondimenti. Il quotidiano, cartaceo o digitale, si trasforma maggiormente in uno spazio dedicato a commenti e

approfondimenti; mentre i siti web e i profili social si focalizzano prioritariamente sulle breaking news e sulla multimedialità, in una strategia sinergica che punta a sfruttare le caratteristiche proprie dei differenti canali di distribuzione. Alcune delle testate più focalizzate sul digitale utilizzano anche gli spazi in rete per proporre inchieste⁶, commenti e approfondimenti, in modo da differenziarsi maggiormente e legittimarsi ulteriormente per la qualità dei contenuti. La strategia centrale è, in ogni caso, quella di sfruttare riconoscibilità-fiducia verso il brand e differenziarsi dall'offerta non editoriale in base a criteri di qualità e professionalità o sensazionalismo e rapidità, contemporaneamente adottando i nuovi linguaggi e formati nati in rete.

Le testate, tramite nuove strategie, riescono a proporsi come spazi centrali, riconoscibili e affidabili della sfera pubblica digitale, emergendo dal rumore di fondo. I contenuti prodotti dalle redazioni tendono a rivestire un ruolo centrale nelle dinamiche di consumo e ad essere tra i più discussi e consigliati nei social media. La stampa, sostanzialmente, sta tentando di assumere un ruolo altrettanto centrale nelle dinamiche culturali in formazione; mutando, adeguandosi agli enormi cambiamenti in atto (ad es. i blog redazionali sono tra quelli di maggior successo e influenza), ma contemporaneamente sfruttando i propri punti di forza e provando a influire sulla forma che la sfera pubblica digitale sta assumendo.

La stampa, in crisi-mutazione, sembra, così, in grado di esercitare in modo nuovo un ruolo decisivo di semplificazione, spiegazione e fissazione dei temi principali della giornata. Riassumere e raccontare una storia parziale dei principali accadimenti della giornata, fissarli. Potere ingigantito dalla capacità di proporsi come appuntamento cerimoniale e deposito minimo di conoscenza

condivisa. In un ambiente mediale sempre più disparato e caotico, le persone hanno bisogno e utilizzano conoscenze comuni per attivare e stimolare comunicazioni, conversazioni e relazioni. La stampa offre queste minime conoscenze, socializza le conversazioni e gli 'eventi'; ri-connette parzialmente le audiences nomadiche-disperse e le sfere pubbliche multiple tramite una grande cerimonia rituale quotidiana.

Il Daily Me si scontra, parzialmente, contro la necessità e il desiderio di informazioni e conoscenze comuni; contro la ritualità avvolgente ed abitudinaria dell'appuntamento mediale. Le audiences dell'informazione più tradizionale, contemporaneamente, tendono a invecchiare, le fonti informative a moltiplicarsi e ibridarsi, gli utenti delle reti ad assumere un atteggiamento molto più attivo, selettivo e produttivo. Gli editori a loro volta sfruttano, però, le reti per ri-distribuire la propria offerta, raggiungere nuovi pubblici e contaminarsi con i linguaggi del web (Bolter & Grusin, 1999; Fidler, 1997; Jenkins, 2006a).

Tendenze contraddittorie. Il potere e la seduzione dei media reticolari e personalizzati si scontra ed ibrida con il potere delle industrie culturali e la seduzione degli eventi mediali socializzati. L'ambiente culturale emergente è contraddittorio e complesso, da una parte empowerment delle audiences, dall'altra maggiori opportunità per i media professionali. Le news tendono a porsi, così, sempre maggiormente, come piattaforma relazionale, come stimolo e fissazione della conversazione sociale, come evento pubblico connettivo; e, in questo modo, tentano di conservare-conquistare mediante nuove strategie un forte potere di definizione delle issues e dei frames.

Tabella 1 – Quotidiani

Quotidiani	Giorno Medio					Solo Testate Considerate				
	Totale Diffusione Cartacea + Digitale	Lettori (v. assoluti) x 1.000	Utenti Unici Sito Web	Twitter Followers	Facebook Fan	Classifica Diffusione	Classifica Visitori Sito Web*	Classifica Lettori	Classifica Twitter*	Classifica Facebook*
	e (2 + a + b + c)	z	x	t	f	I	II	III	IV	V
CORRIERE DELLA SERA	405,703	2,530	1,198,055	1,338,242	1,987,691	1	2	2	2	2
SOLE 24 ORE (IL)	389,015	889	417,439	844,000	582,281	2	4	8	4	5
REPUBBLICA (LA)	338,431	2,493	1,425,597	1,944,809	2,381,227	3	1	3	1	1
STAMPA (LA)	220,803	1,280	476,488	663,000	437,287	5	3	5	5	6
AVVENIRE	122,532	356		39,200	74,694	8		25	10	11
GIORNALE (IL)	87,606	484	247,048	414,589	335,000	13	6	16	6	7
LIBERO	51,708	270	185,475	257,568	138,000	19	8	34	7	8
FATTO QUOTIDIANO (IL)	48,223	424	380,709	1,282,171	1,778,919	24	5	19	3	3
MANIFESTO (IL) 1	12,480			87,900	203,534	53			9	9
Foglio (IL) 1			12,483	99,600	82,212		9		8	10
L'Unità #			9,284	156,000	255,926					
Metro		826	7,837	13,721	14,077		10	9	11	12
Leggo		748	226,129	17,500	695,505		7	12	12	4

Fonte: nostra elaborazione su dati - ADS - Mar 2015 - Colonne: 2, a, b, c, e, I

Audipress - 2015 I - Colonne: z, III

Osservazione - Colonne: t, f, IV, V

Audiweb - Apr 2015 - Colonne: x, II

* Considerate solo le testate prese in esame

1 Cooperative giornalistiche

Audiweb - Set 2015

Ai fini della ricerca verranno tenuti sotto osservazione i maggiori quotidiani nazionali per diffusione (cartacea + digitale); escludendo i quotidiani la cui distribuzione, per quanto nazionale, si focalizza in specifiche aree geografiche, e le testate sportive.

A questi verranno aggiunti quotidiani molto vicini a partiti politici e quotidiani di area particolarmente influenti; per: il ruolo tradizionalmente importante che hanno rivestito nel panorama informativo, per l'influenza politica esercitata, e al fine di avere accesso a una tipologia di contenuti provenienti più o meno direttamente dagli apparati politici.

Il Fatto Quotidiano, ventiquattresimo per diffusione, viene ugualmente analizzato; in quanto: è una testata dal taglio molto particolare che viene spesso ripresa da altri media, risulta essere il quinto quotidiano per visite giornaliere medie al sito web, il terzo per risultati nei social media, ed è una delle testate che ha adottato maggiormente i linguaggi del web, puntando decisamente sulla multimedialità e i blog.

Tra i settimanali e i supplementi sono state selezionate sette testate (vedi Tab. 2) per diffusione e argomenti trattati.

Tabella 2 – Periodici e Supplementi

Settimanali	Settimana Media			Twitter Followers	Facebook Fan
	Totale Diffusione Cartacea + Digitale	Lettori (v. assoluti x 1.000)	Utenti Unici Sito Web		
	e (2 + a + b + c)	z	x		
VENERDI' DI REPUBBLICA (IL)	391,226	1,572			
Io Donna	344,230	917	49,109	18,077	198,231
FAMIGLIA CRISTIANA	342,129	1,719	5,614	29,800	150,746
D (Repubblica)	282,399	869	106,541	8,245	385,870
ESPRESSO (L')	216,109	1,691	65,916	314,000	345,767
PANORAMA	212,593	1,444	95,258	83,200	161,831
Sette *					

Fonte: nostra elaborazione su dati -

ADS - Mar 2015 - Colonne: 2, a, b, c, e

Audipress - 2015 I - Colonne: z

Osservazione - Colonne: t, f

Audiweb - Apr 2015 - Colonne: x

* Rilevazione specifica assente

La rete e le News: agenzie, TV, testate digitali e blog

L'utilizzo dei media digitali e mobili a fini informativi e di partecipazione politica è sempre più diffuso. Il consumo di news digitali è ormai consolidato in Italia e continua a crescere, riguarda ormai più della metà della popolazione. I motori di ricerca sono la terza fonte di informazione per diffusione (51,4% degli italiani, +10% rispetto al 2013) e i social media sono utilizzati a scopi informativi da gran parte dei cittadini (Facebook dal 43,7%, +16,9%). I social media sono, inoltre, la fonte di informazioni più utilizzata dai giovani (Facebook 71,1%), seguiti dai motori di ricerca (68,7%) (Censis-Ucsi, 2015). L'utilizzo a fini di partecipazione politica della rete è meno diffuso, ma cresce rapidamente e le fasce più giovani della popolazione sembrano particolarmente interessate a questa tipologia di partecipazione politica⁷.

I contenuti informativi disponibili in rete sono innumerevoli, variegati e delle più disparate origini. Si è scelto di considerare, inizialmente, i portali informativi dei principali network televisivi e delle maggiori agenzie stampa: sia per il volume di utenti che riescono ad attrarre, sia perché i contenuti prodotti da queste fonti tendono ad essere, soprattutto nel caso delle agenzie stampa, ripubblicati ripetutamente in rete, moltiplicandone esponenzialmente l'audience. I portali dei fornitori di servizi internet e i motori di ricerca/servizi email, anche se tra i siti maggiormente utilizzati⁸, vengono esclusi perché in generale ripubblicano notizie altrui già considerate.

Tabella 3 – Agenzie Stampa e portali TV

	Audiweb - Giorno Medio			Twitter Followers	Facebook Fan	Alexa
	Utenti unici	Pagine viste (.000)	Tempo per utente (mm:ss)			Rank Italy
	U	P	TpU	t	f	A
TGCOM24 *	1,054,606	3,532	3:53	1,203,497	638,493	18
ANSA	476,919	2,269	3:59	433,798	714,583	41
Rai	460,046	2,538	5:18	389,875	361,605	86
Rai News	69,424	282	3:25	691553	133,430	320
AGI	41,679	93	2:06	87,429	69,733	637
SKY.it TG24 *	31,262	69	1:27	1,751,612	549,730	66
Adnkronos				270,027	116,513	434

Fonte: nostra elaborazione su dati Audiweb Aprile 2015 e Alexa.com (Aprile 2015)

* Il Rank Alexa si riferisce all'intero portale Mediaset e Sky

Verranno poi analizzate le testate informative nate online di maggior successo, i network di blog professionali (nanopublishing)⁹ e i principali siti di giornalismo partecipativo o che, comunque, danno accesso a contenuti generati dagli utenti.

Tabella 4 – Digital Publishing

	Audiweb - Giorno Medio			Twitter Followers	Facebook Fan	Alexa		Tipologia
	Utenti unici	Pagine viste (.000)	Tempo per utente (mm:ss)			Rank Italy	Feedly	
	U	P	TpU	t	f	A		
Nanopress	640,725	2,082	02:32	838	126,470	751	53	NanoPress
Blogo.it + Polisblog	484,160	1,396	02:34	4,356	779,633	1,117	277	NanoPress
Fanpage	474,987	1,978	06:22	156,239	4,223,979	38	606	Testata
il Post	269,079	1,018	03:32	341,248	194,968	146	7k	Testata
Huffington Post Italia	196,166	520	03:20	139,260	182,486	83	1k	Testata
greenMe.it	110,793	238	02:34	28,162	453,646	421	420	Testata
DagoSpia	78,939	507	6:31	563,700	74,609	147	1k	Test/NanoPress
Lettera43	78,327	186	01:32	69,409	152,435	530	974	Testata
Blitzquotidiano.it	41,487	86	02:35	87,251	71,462	626	335	Testata
Giornalettismo	41,174	78	02:04	96,801	193,741	607	1k	NanoPress
GreenStyle	41,003	93	2:24	10,151	52,428	896	57	NanoPress
Affaritaliani.it	33,467	118	02:37	47,693	86,713	498	13	Testata
Linkiesta.it	18,868	35	02:22	180,584	119,576	710	3k	Testata
Globalist	6,694	13	02:21	7,450	44,260	1,963	176	Syndication
Agora Vox	2,685	4	01:19	4,005	25,208	6,023	123	UGC
Termometropolitico				17,966	72,424	697	185	Testata
Secolo d'Italia				1,336	21,029	3,887	47	Testata
Formiche.net				13,563	14,108	1,593	344	Testata + Mensile
L'intraprendente				2,291	13,019	6,058	60	Testata
ilsussidiario.net				6,590	12,908	164	914	Testata
Redattore Sociale				10,564	12,826	11,115	64	Testata
West-info				11,508	12,594	14,664	37	Test/NanoPress
Il Primato Nazionale				711	12,101	6,281	37	Test/NanoPress
Intelligence				4,185	4,072	1,996		Testata
Il Miglio Verde				588	3,099	16,826	20	Testata
L'occidentale				5,291	238	20,168	13	Testata

Fonte: nostra elaborazione su dati Audiweb Aprile 2015 – Alexa Giu 2015

I blog daranno, poi, accesso ai contenuti maggiormente elaborati prodotti dagli utenti delle reti. I social network hanno parzialmente diluito l'importanza del formato blog, ma contemporaneamente questo ha contagiato tutti i linguaggi del web e rappresenta la forma originaria da cui i social media vengono generati. Più di tutto i blog sembrano rivestire, almeno parzialmente, ancora una sorta di ruolo argomentativo e di certificazione. I social network sono luogo di elezione delle conversazioni sociali, ma l'argomentazione, l'informazione e l'espressione di opinioni maggiormente elaborate sembra ancora fortemente legata al formato blog. I blog, insieme ai siti dedicati al giornalismo partecipativo, rappresentano la maggiore alternativa ai media editoriali e professionali per quanto riguarda la produzione di contenuti informativi e culturali, mentre nei social network si esercitano principalmente le pratiche di curation, selezione, ri-distribuzione e commento.

L'evoluzione culturale, dell'ecosistema dei media e delle pratiche nomadiche degli utenti delle reti interattive, trasforma i blog, sempre più di frequente, in uno spazio elettivo per l'espressione e la creazione di contenuti da parte di 'esperti' a vario titolo. Formato ideale per micro-leader d'opinione diffusi, la cui emersione caratterizza l'ambiente iper-saturo di informazioni attuale; contraddistinto da: dinamiche reticolari multiple incentrate sugli utenti, enorme complessità dell'ambiente comunicativo, e fenomeni di sfiducia verso le industrie culturali tradizionali.

Il 70% degli italiani ritiene, infatti, che i media tradizionali manipolino le notizie e il 36,1% considera il sistema dell'informazione tradizionale superato. Il quadro, però, non è così chiaro ed è forte anche la sfiducia verso i nuovi formati informativi emersi in rete. Il 33,5% degli italiani ritiene non professionale,

quindi inattendibile, l'informazione che circola in rete e una buona parte (45%) continua a ritenere necessari apparati costosi per la raccolta e la verifica delle notizie. Le news create dagli utenti conquistano, nonostante ciò, maggiori spazi e fiducia. Il 56,7% della popolazione è, difatti, convinta che chiunque testimoni un evento è in grado di fare informazione e per quasi la maggioranza degli italiani (44,5%) la stessa partecipazione degli utenti garantisce l'affidabilità delle notizie che circolano in Internet (Censis-Ucsi, 2013).

I blog conquistano, in questo quadro complesso, un ruolo centrale nelle diete mediali degli utenti della rete; probabilmente: sia come forma alternativa di informazione; sia come guida, orientamento nel vasto oceano digitale. Orientamento fondato sulla fiducia verso la partecipazione dal basso o il singolo blogger-influencer-‘esperto’. Il 39,7% (Eurispes, 2015) degli italiani legge, così, contenuti postati sui blog. La creazione e la gestione di blog è, però, a fronte di un forte consumo di questa tipologia di contenuti, un'attività che coinvolge un numero ristretto di persone. Un terzo della popolazione italiana digitale (33,35%) produce e distribuisce, infatti, contenuti propri tramite piattaforme di condivisione e social network; mentre solo una quota minore, ma significativa, degli utenti crea siti web o blog (5,18%) (Istat, 2014).

I dati suggeriscono una mutazione nell'utilizzo dei blog. Il formato si sta adattando al nuovo contesto relazionale e culturale; e si sta trasformando, sempre più di frequente, in un personal (o community) media particolarmente adatto all'esercizio di micro-leadership d'opinione diffusa. La mutazione potrebbe finire, nonostante il più diffuso utilizzo di altri formati e spazi, per

attribuirgli un ruolo centrale nelle dinamiche culturali complesse e stratificate in formazione ed emersione.

Un numero ristretto e selezionato di blog sono stati scelti utilizzando due motori di ricerca/indicizzazione specializzati e le analisi relative all'influenza sociale in rete effettuate da un'agenzia di comunicazione (Teads Labs). BlogBabel (Banzai/Liquida Network) e BlogItalia, i due motori di ricerca selezionati, utilizzano diversi parametri per stilare classifiche di popolarità dei blog italiani. BlogBabel¹⁰ utilizza un algoritmo, sviluppato internamente. Il rank ottenuto da un blog dipende essenzialmente dai link ricevuti da questo, rispetto a quelli creati nell'intera rete presa in esame. Il principio alla base del funzionamento di BlogItalia è simile, ma oltre a sfruttare un proprio algoritmo, vengono utilizzati indicatori esterni (Google PageRank, Google Links). Entrambi i servizi tengono conto, però, soltanto dei blog iscritti alle rispettive piattaforme (dall'autore o da un lettore). Nonostante la mole di siti considerati¹¹, una buona parte della blogsfera resta, così, ai margini di questo sistema.

I criteri adottati e, nel caso di Liquida la visibilità offerta tramite la messa in evidenza dei post sul proprio portale, comportano un forte vantaggio, inoltre, per i blog iscritti da più tempo; e tendono, contemporaneamente e contraddittoriamente, a stimolare e bloccare l'emersione della creatività diffusa.

Teads Labs, al contrario, realizza un'analisi mensile delle conversazioni sociali in rete al fine di individuare i blogger più influenti nella sfera pubblica digitale europea (in generale e per categorie tematiche). La società, attiva nella distribuzione di video advertising tramite reti¹², necessita di conoscenze approfondite sulle dinamiche relazionali e d'influenza che prendono forma negli

sterminati ambienti digitali. L'azienda ha, infatti, investito fortemente nella creazione di connessioni efficaci tra blogger/influencers e compagnie/buyer pubblicitari. Il sistema adottato sembra maggiormente dinamico e più ragionato, essendo meno automatizzato; anche se i criteri utilizzati non sono pienamente chiariti. Il Blog ranking viene "realizzato sulla base del punteggio calcolato da Teads incrociando diversi parametri (link in entrata, condivisioni dei post su Facebook, Twitter...)"¹³.

L'ibridazione dei dati offerti dalle tre società, con le statiche per il web in generale fornite da Alexa¹⁴, e con l'osservazione delle dinamiche relazionali e conversazionali sviluppate nei social media dai blogger, dovrebbe consentire l'individuazione di nodi importanti nelle reti sociali sviluppatesi nella sfera pubblica digitale italiana. Tenendo ben presenti: le distorsioni possibili dovute alle metodologie adottate; gli interessi specifici delle compagnie che potrebbero stimolare la formazione di conigli d'ombra volontari o la messa in scena di influenze inesistenti; e la possibile creazione di palcoscenici finemente adornati ed illuminati che tendono a far emergere ciò che dichiarano di analizzare, tramite un circolo vizioso in cui l'analisi pubblica di popolarità ed influenza sociale crea popolarità ed influenza.

L'individuazione di nodi fortemente connessi ed influenti dovrebbe, considerata l'impossibilità di analizzare l'intero universo o di trarre un campione maggiormente esatto, permettere l'osservazione sufficientemente approfondita delle conversazioni digitali, data la natura virale/spreadable (Jenkins et al., 2013, 2009) dei fenomeni di rete e la relativa 'centralità' relazionale dei nodi presi in esame. I blogger maggiormente influenti, in sostanza,

dovrebbero, in alcuni casi, avviare discussioni, stimolare/promuovere issues, generare testualità spreadable; in altri, fungere da moltiplicatori, selezionatori, leader d'opinione.

Tramite i propri ego-network, i blogger sembrano svolgere, infatti, un'importante funzione di 'secondary gatekeeping' (Singer, 2013) rispetto alle più ampie dinamiche di rete. Issues e fermenti sociali emergono tramite l'importante e, molto spesso, non eludibile lavoro di selezione di influencers e gatekeepers diffusi di varia natura. La sfera pubblica, per Dahlgren, è "far from unitary; empirically, it consists of vast numbers of communicative spaces, sprawling social fields of almost immense variety." (2009: 72–73) I diversi spazi comunicativi, i fermenti e le testualità spreadable vengono connessi, messi in relazione, fatti emergere all'interno dello spazio comunicativo più ampio, di sovente, proprio da 'secondary gatekeepers', influencers, leader d'opinione diffusa.

I blog selezionati dovrebbero, proprio per questo, offrire un punto di osservazione unico sulle dinamiche di rete e rivelare in modo particolarmente evidente la capacità/incapacità degli utenti della rete di influire sull'agenda pubblica sfruttando le opportunità offerte dalla mass self-communication (Appendice A5).

Saranno, inoltre, presi in considerazione i post più letti della giornata sulla piattaforma Wordpress.com, una delle più popolari al mondo¹⁵ (30esimo sito per visualizzazioni in Italia secondo i dati Alexa), in modo da riuscire ad avere una panoramica più ampia e meno legata ad uno specifico blog o autore. La piattaforma, inoltre, permettendo di creare un blog personale gratuitamente e in modo semplice e veloce, dovrebbe dare accesso a una tipologia di contenuti più ampia e variegata; e a post scritti da autori anche meno consolidati e influenti in rete.

Partiti politici

I partiti e i personaggi politici, terzo attore della sfera pubblica, di cui verrà analizzata la comunicazione tramite reti, non mediata da giornalisti, sono quelli presenti nei due rami del parlamento¹⁶. Verranno prese in considerazione, inoltre, un numero ristretto di formazioni non entrate in parlamento, ma storicamente culturalmente influenti, oltre che portatrici di punti di vista fortemente differenti e radicati in una parte importante della popolazione italiana (Appendice A6).

Personaggio/partito o Issue

L'osservazione partecipante effettuata durante la precedente fase di ricerca permetterà di individuare le dinamiche più generali che caratterizzano la sfera pubblica italiana. Al fine di analizzare in maniera più sistematica e approfondita tali dinamiche, si selezionerà, in un secondo momento, una singola tematica o un singolo personaggio/partito politico. In questo modo, sarà possibile osservare più da vicino le forme emergenti della narrazione e della partecipazione politica; e le modalità in cui issues ed identità politiche vengono prodotte, costruite, discusse ed imposte/selezionate negli spazi comunicativi caratterizzati dalla mass self-communication e dallo slittamento continuo del controllo narrativo. Selezionare una singola tematica o un singolo personaggio permetterà, inoltre, di allargare il campione di indagine.

Blog. La selezione di uno specifico argomento o personaggio/partito permetterà di incrementare il numero di post considerato, non legandolo a uno specifico blog o alla sua popolarità. Attraverso l'utilizzo di tag selezionati e relativi alla issue o al personaggio/partito si potrà accedere semplicemente a tutti i post scritti sull'argomento in una specifica piattaforma. Lo spazio comunicativo prescelto, per i motivi indicati in precedenza e perché non tutti offrono questa possibilità, è Wordpress.com. L'utilizzo di Google, il più diffuso motore di ricerca, per la stessa piattaforma e per Blogspot, altra applicazione software molto utilizzata, permetterà di analizzare i post sull'argomento o personaggio realmente accessibili alla maggior parte degli utenti della rete.

Social Media. Twitter, la principale piattaforma di microblogging¹⁷, non è il social media più utilizzato dall'utenza della rete¹⁸, ma si è dimostrato straordinariamente capace di 'influenzare' i media più tradizionali e la politica. La piattaforma abilita nuove forme di giornalismo partecipativo e di partecipazione al dibattito pubblico; chiunque in pochi caratteri è in grado di riportare velocemente e semplicemente un evento o esprimere in modo pubblico un'opinione. La stessa struttura della piattaforma abilita, inoltre, lo sviluppo, e il consolidamento, di forme di micro-celebrity. Questo può favorire l'emersione di nuovi tipi di informazione, ad esempio, rendendo più semplice il successo di progetti di crowdfunding giornalistici nati in rete o sulla piattaforma stessa (Boccia Artieri & Valeriani, 2013).

Giornalisti e politici, d'altra parte, trovano nella piattaforma un'occasione unica di contatto con gli utenti della rete. Twitter per i giornalisti può rappresentare: sia un'occasione di affermazione e promozione personale, sia un utile e comodo strumento di raccolta di informazioni e dichiarazioni. La piattaforma offre possibilità ancora più ampie ai politici che, attraverso di essa, possono, comodamente e costantemente, comunicare con gli elettori; oltre che provare a influenzare in modo deciso, e non mediato da giornalisti, le discussioni in atto nella sfera pubblica. I politici tramite Twitter non solo entrano in relazione con gli elettori, ma contemporaneamente con esperti, leader d'opinione e giornalisti, influenzando anche in questo modo l'agenda mediale. Parmelee, ad esempio, durante la campagna elettorale USA del 2012, ha riscontrato, tramite interviste ai giornalisti stessi, una forte influenza dei tweet rilasciati dai leader politici sulla costruzione

dell'agenda mediale- pubblica e sui frame utilizzati per riportare le notizie (2014).

Ai fini della ricerca verranno individuati un numero limitato di parole chiave e hashtag, relativi alla tematica o al personaggio/partito politico prescelto, e verranno analizzati i tweet che li contengono (utilizzando l'applicazione DiscoverText + GNIP).

Facebook è il social network più popolare e utilizzato in Italia. Il Censis, nel suo rapporto annuale sulla comunicazione, si spinge ad affermare che si sta verificando “una tendenziale sovrapposizione tra internet e Facebook: non c'è istituzione, associazione, azienda, personaggio pubblico che possa permettersi di non essere presente sul social network” (Censis-Ucsi, 2013). Il 50,3% dell'intera popolazione italiana è iscritto a Facebook; percentuale che sale al 77,4% tra i più giovani (14-29 anni). Il social network è, inoltre, utilizzato sempre più spesso per acquisire informazioni (43,7% degli italiani, 71,1% tra i più giovani) (Censis-Ucsi, 2015).

L'analisi della pagina Facebook del personaggio/partito o di gruppi legati alla tematica presenterà di osservare le interazioni relazionali e le conversazioni sociali relative nel loro svolgimento, attraverso l'analisi dei post, dei commenti e dei like.

Analisi e interpretazione

“Mettere insieme i dati è quello che io intendo per spiegazione” (Bateson, 1989: 72)

L’osservazione partecipante darà modo di individuare le dinamiche più generali che prendono forma nelle sfere pubbliche disperse dei media digitali e interattivi. I dati e i testi raccolti, durante la seconda fase, saranno analizzati attraverso metodologie quantitative, ma ancor più qualitative. L’utilizzo congiunto dei due approcci permetterà da una parte di analizzare la diffusione delle nuove forme di partecipazione alla sfera pubblica e l’individuazione dei temi maggiormente discussi, e dall’altra l’interpretazione del significato di queste pratiche. “Qualitative work helps us understand a phenomenon from the perspective of those engaged in it, while quantitative work helps us understand how common, rare or distributed a phenomenon is.” (Jenkins & Livingstone, 2009)

L’integrazione dei due approcci permetterà da una parte di analizzare i fenomeni emergenti in termini di diffusione-impatto, dall’altro attraverso l’interpretazione (thick description) di considerare il significato contestuale di questi fenomeni (Geertz, 1973). I comportamenti umani vanno interpretati all’interno delle culture e dei contesti in cui prendono forma e l’interpretazione deve ricorsivamente far emergere le strutture sottostanti di significazione. “Man is an animal suspended in webs of significance he himself has spun, I take culture to be those webs, and the analysis of it to be therefore not an experimental science in search of law but an interpretive one in search of meaning”. (ibidem: 5) L’osservazione e la comprensione di fenomeni culturali e

comunicativi richiede la “capacità di saper attraversare, scomporre, moltiplicare, dialogizzare i fili della narrazione” (Canevacci, 2000: 68); al fine di far emergere i complessi ideologici utilizzati e le connessioni esistenti tra questi e l’ambiente socio-culturale più ampio. Lo studio di un fenomeno culturale è un processo a due stadi: “an analysis of the system of meanings embodied in the symbols” che caratterizzano quel fenomeno; e “the relating of these systems to social-structural... processes”(Geertz, 1973: 125).

La ricerca si focalizzerà sull’interpretazione contestuale delle pratiche emergenti, sui significati di queste, analizzando l’impatto dei mutamenti nelle sfere pubbliche digitali in termini di costruzione e diffusione di nuovi o diversi significati. Ovvero sull’analisi delle forme interattive di comunicazione, in termini di ampliamento e cambiamento dei punti di vista e delle tematiche che strutturano e solcano le sfere pubbliche digitali o, al contrario, di permanenza delle stesse strutture profonde di significato.

L’utilizzo di tecniche quantitative permette di tracciare un quadro generale delle dinamiche culturali che prendono forma negli spazi comunicativi digitali, ma la comprensione di queste dinamiche necessita la loro contestualizzazione e interpretazione. “Cultural analysis is (or should be) guessing at meanings, assessing the guesses, and drawing explanatory conclusions from the better guesses” (ibidem: 20).

La partecipazione tramite reti, lo scivolamento continuo del controllo narrativo, va sostanzialmente interpretato all’interno del contesto culturale e sociale in cui avviene, delle relazioni di potere che lo solcano e delle dinamiche identitarie che vi prendono forma, per comprenderne il significato e il potenziale ‘disruttivo’ o, al contrario, ‘conservativo’.

Civati, il dissidente e la sinistra

Cap. 6

Giuseppe Civati

“Progetti per il futuro: non sottovalutare le conseguenze della passione #possibile.” (Civati, G.¹⁹)

Giuseppe ‘Pippo’ Civati è uno studioso, scrittore e politico italiano. Lombardo di nascita (1975), ricercatore universitario su temi filosofici, ha iniziato la propria carriera politica nelle file del Partito Democratico; per poi uscirne, dopo forti contrasti, e fondare un proprio movimento politico (*Possibile*).

Le prime attività politiche risalgono alla formazione dei comitati per l’Ulivo di Romano Prodi (1995). Civati, in seguito, viene eletto consigliere comunale a Monza (1997) e consigliere regionale in Lombardia (2005); contemporaneamente, si fa strada negli organi di partito dei DS. Partecipa alla creazione del Partito Democratico e, anche grazie alla popolarità acquisita in rete, ottiene una crescente attenzione da parte dei media e dei cittadini. Membro della direzione nazionale (dal 2009), Civati anima diversi movimenti e iniziative per il cambiamento e il rinnovamento del Partito Democratico. Nelle elezioni politiche del 2013 viene eletto deputato²⁰.

Il neo-deputato, contrario alle larghe intese con il Popolo della Libertà, auspica la formazione di un governo in collaborazione con il Movimento 5 Stelle. La creazione del Governo Letta è, così, uno dei

momenti di maggior tensione, tanto che Civati non vota la fiducia. E, in dissenso con la linea politica che si sta delineando all'interno del PD, si candida, nel 2013, alla segreteria del partito. Ottiene il voto del 9,43% (27.841) degli iscritti al partito che partecipano alla prima fase delle primarie a loro riservata; e si classifica così terzo (1 Renzi 45,34% - 2 Cuperlo 39,44%). Le primarie aperte confermano la vittoria di Matteo Renzi (67,55% - 1.895.332) e il secondo posto di Gianni Cuperlo (18,21% - 510.970). Civati raccoglie quasi 400mila voti (399.473 -14,24%) e, al pari di Renzi, cresce percentualmente rispetto alla fase precedente, risultando più gradito agli elettori in generale che agli iscritti al partito. La crescente popolarità e i risultati in ogni caso positivi delle primarie, considerata anche la maggiore attenzione dei media professionali verso gli altri due candidati, lo fanno apparire sempre maggiormente, all'interno del partito, come una possibile alternativa di sinistra per il futuro.

Il conflitto con il neo eletto segretario si fa più intenso, nonostante in passato avessero condiviso obiettivi e iniziative, a partire dall'organizzazione della prima Leopolda (2010). Lo strappo formale avviene proprio durante la votazione del documento di sfiducia al Governo Letta proposto da Matteo Renzi alla direzione del PD, non approvato dai 'civatiani'. Il deputato vota, però, la fiducia al nuovo governo del segretario; giustificando la scelta con la necessità di tenere in vita il centro-sinistra e la volontà di favorire un cambiamento reale nel futuro ("Ho votato nella speranza che si possa costruire qualcosa. E che si capisca l'errore senza dover sfasciare tutto"²¹ "e non intendo solo il PD, intendo la possibilità di portare al governo di questo paese un cambiamento vero creato con il consenso delle persone e maturato nella società").

Civati sottolinea, però: il fallimento dei suoi numerosi tentativi di forzare il partito a cambiare rotta, le manovre di palazzo che svalutano il voto degli elettori (“Dovrebbero sempre essere gli elettori a scegliere i politici e non viceversa” “Anche io ho sognato che la nostra generazione andasse al governo, ma che lo facesse con il voto delle persone e non con una manovra che neanche ai tempi di Mariano Rumor”²²), l’opposizione alle larghe intese con il centro-destra (“Invece di fare il conflitto di interessi, lo abbiamo portato al governo”), la rottura con il segretario (“Continuo a non fidarmi di questo esecutivo”²³), e la necessità di votare la fiducia per restare all’interno del partito e provare a cambiarlo (“Potessi votare liberamente senza mettere in discussione i rapporti col Pd voterei no convintamente... ma... dovrei uscire dal partito” o potrei rimanere “ma in una posizione... molto più subalterna”²⁴).

Lo strappo è forte e i mesi successivi amplificano il conflitto. Civati si trasforma, per i media e l’opinione pubblica, nel dissidente con la valigia pronta, ma che non si decide. L’addio si concretizza (Maggio 2015) dopo l’approvazione della nuova legge elettorale (Italicum).

Civati lascia il partito e viene da molti indicato come un traditore per non aver continuato a combattere internamente a esso²⁵, ma il deputato ritiene che sia il PD ad aver tradito il mandato elettorale. “Il Pd è un partito nuovo e diverso, fondato sull’Italicum e sulla figura del suo segretario.”²⁶ “Esco dal gruppo per coerenza con quello in cui credo e con il mandato che mi hanno dato gli elettori”²⁷. Il Partito Democratico starebbe governando in modo troppo diverso dal programma con cui è stato eletto e il nuovo corso non lascerebbe spazio al dibattito interno (“Chi non è d’accordo, viene solo vissuto con fastidio.”) Il PD avrebbe governato, inoltre, troppo a lungo, tramite larghe intese contrarie

alla volontà del popolo e avrebbe promosso “e approvato – senza voler parlare di leggi elettorali, riforme del lavoro e della costituzione – cementificazioni e trivellazioni... ce li siamo trovati in tivù a deridere le ragioni di chi difende l’ambiente o crede che il futuro passi attraverso soluzioni differenti”.

Civati, per questo, ovvero per il tradimento del programma elettorale da parte del PD e per lo spostamento ‘a destra’, esce dal partito, ma non si dimette; proponendosi di continuare a “fare le cose che” ha “sempre promesso di voler fare” e invocando nuove elezioni per arrivare ad un governo legittimato dal voto. Il deputato non prevede, a breve, di entrare in un partito esistente e prepara un nuovo soggetto politico “per avviare un percorso nella società italiana, alla ricerca di quel progetto... che ho sempre avuto nel cuore.”²⁸ Lo spostamento a destra del Partito Democratico, infatti, secondo Civati, apre nuovi scenari. “A sinistra del Pd c’è uno spazio infinito, anche perché è il Pd che si è spostato”²⁹.

Il nuovo movimento politico, *Possibile*, viene lanciato ufficialmente il 21 Giugno.

Civati e i Media Professionali

“Pippo Civati... punta alla nascita di una nuova cosa a sinistra.”³⁰

Il deputato Civati e la nuova formazione politica (Possibile) ricevono una copertura giornalistica altalenante e molto connessa alle dinamiche interne di tutto il centro-sinistra e, in particolare, del PD; partito a cui resta fortemente connessa l'immagine del politico.

La presentazione ufficiale del movimento riceve una coperta davvero molto limitata da parte della carta stampata (Appendici B1 e B2): in parte per la concomitanza di altri eventi politici, in parte per annunci ripetuti della sua nascita da parte degli aderenti. L'evento non riveste, ovvero, del carattere di novità, essendo da tempo atteso. I quotidiani dedicano alla manifestazione poco spazio o non ne tengono conto per nulla. I giornali che segnalano l'evento, lo fanno con un breve trafiletto focalizzato sulle dinamiche generali di evoluzione del centro-sinistra, facendo la conta di assenti e presenti nell'ottica di possibili alleanze o fusioni. “C'è una fetta di PD fuggita dal renzismo. Ci sono i 'big' di Sel e diversi ex M5S...”³¹ Le citazioni tratte dai discorsi, molto più complessi e programmatici³², dei leader di Possibile sono dello stesso tipo. Non vi è quasi traccia di tematiche politico-programmatiche se non di quelle inerenti le strategie partitiche e di alleanza. “Il nostro movimento vuole smuovere quello che già c'è, non vogliamo aggiungere una nuova sigla in più semmai toglierne qualcuna”.³³

L'unica eccezione è il Manifesto che inquadra la notizia nei sommovimenti della sinistra tutta, ma gioca d'anticipo con un'intervista lo stesso giorno della manifestazione e si focalizza,

almeno parzialmente, sulle tematiche proposte dalla nuova formazione (es. la strategia referendaria). È una delle poche testate professionali, inoltre, a sottolineare la volontà da parte di Civati più che di fondare un partito di sinistra alternativa, di rifondare il PD. “Dopo aver tradito il suo programma, al Pd non restava che tradire lo strumento su cui è nato (N.B. primarie). Potremmo fondare un altro partito democratico, «The Real Pd», con il suo programma originario.”³⁴ Il giornale contemporaneamente, in un secondo trafiletto, sottolinea la possibile formazione di un nuovo partito maggiormente a sinistra. “Si sono ritrovati in più di mille domenica pomeriggio a Roma per la fondazione ufficiale di ‘Possibile’, il movimento di Pippo Civati che punta alla nascita di una nuova cosa a sinistra. Presenti, fra i militanti ex pd ed ex 5 stelle, anche gli stati maggiori di Sel, del Prc e dell’Altra Europa con Tsipras, pronti da tempo a un ‘big bang’.”³⁵

I periodici a stampa non coprono per nulla l’evento e solo di striscio, in relazione ad analisi generali sulla sinistra o il PD, la nuova formazione politica. I siti web di testate quotidiane e periodiche coprono in maniera simile il lancio del nuovo partito dedicando, a limite, un po’ più spazio alle tematiche politiche e ai programmi (es. l’Espresso³⁶).

L’immagine di Possibile e di Civati resta strettamente connessa al PD e agli altri partiti della sinistra, le tematiche politiche sollevate e le iniziative del movimento ricevono scarsa copertura in generale. Il deputato e il partito vengono per lo più citati in relazione ai malumori interni e alla *crisi del PD* e alla possibile creazione di una forza di *sinistra alternativa*. La maggioranza degli articoli della stampa (anche in versione web) si focalizza su queste due tematiche.

La fuoriuscita di Stefano Fassina dal PD, scaturita di dissidi profondi esplosi in occasione del voto di fiducia sulla riforma della scuola, è l'evento catalizzatore che suscita un numero maggiore di pezzi giornalistici e commenti, spesso connessi alla possibile formazione di una nuova forza politica in compagnia di altri ex. Civati, Cofferati e Fassina sono il tris di politici più citati per la leadership del nuovo partito. Possibile, Sel e la Coalizione sociale di Landini le organizzazioni ritenute maggiormente prossime alla fusione. Ex M5S, ex PD e l'universo di sigle della sinistra alternativa a vario titolo vengono menzionati.

La copertura della carta stampa (anche in versione web) oscilla nella maggioranza di casi tra lo scetticismo, rispetto ai possibili risultati elettorali, e l'analisi della crisi del renzismo-PD. L'accusa di frazionismo e leaderismo, o di bassa statura dei leader della possibile nuova formazione, è altrettanto diffusa. Il PD e le sue dinamiche restano il fulcro, in ogni caso, della copertura giornalistica. Civati è spesso citato come il primo dei fuoriesciti e gli vengono richiesti diversi commenti (soprattutto per le web tv dei siti e in occasione dell'annuncio ufficiale al parlamento da parte di Fassina). Le domande dei giornalisti al deputato si focalizzano proprio sulla crisi del maggiore partito di centro-sinistra e sulle nuove possibili iniziative a sinistra di questo. Civati e il PD sono ancora strettamente connessi. Il nome nonostante la fondazione di una nuova formazione è ancora sinonimo di dissidenza alla linea del partito. Alcuni giornalisti ironizzano sulla corrente dei rompiscatole. "Se n'erano già ghiuti anche Cofferati e Civati senza che il partito renziano battesse ciglio, e si può capire visto che la corrente dei rompiscatole sottraeva visibilità al leader supremo."³⁷ Altri giornalisti sottolineano l'attitudine di una 'certa' sinistra allo scontro

ideologico. “Stefano Fassina, dopo non pochi tentennamenti, ha lasciato il Pd di Renzi. Probabile che confluisca nel gruppo «Possibile», insieme con Civati, Cofferati, Landini, Mineo, Monica Gregori e altri duri e puri.”³⁸ Il Fatto Quotidiano e vari giornali di destra ironizzano sull’imborghesimento della sinistra salottiera. “Adesso la sinistra per tornare a esistere non può ripartire da qualche assemblea romana in cui avviene il dosaggio omeopatico dei ruoli sempre più irrilevanti da parte dei soliti noti che non riescono a ritirarsi.”³⁹ O si sottolinea il leaderismo-scissionismo (o caccia alle poltrone) caratterizzante la storia recente del centro-sinistra. “Vendola, Ferrero, gli habitu  del Possibile. La dura vita dei professionisti della scissione. S’ode a sinistra uno squillo di tromba (Civati? Landini?), e di sicuro c’  Paolo Ferrero che risponde.”⁴⁰

Uno dei commenti critici pi  diffusi riguarda il ‘presunto’ frazionismo di sinistra e la moltiplicazione di mini-partiti a immagine del leader di turno. Aldo Grasso, ad esempio, fustiga Civati. “Vero   che di genetico c’  solo il vizio del frazionismo... Si tratta solo di scommettere chi, fra Fassina, Civati e Cofferati, dal possibile passer  al probabile. Cio  alla nascita di un nuovo gruppo, a sinistra della sinistra, pi  puro dei puri. Del resto, la scissione   la ragione sociale della «ditta».”⁴¹

Il frazionismo, secondo diversi giornalisti, potrebbe portare alla sconfitta elettorale del centro-sinistra. Civati (o gli altri dissidenti) lasciando il partito democratico creerebbe “le premesse per la sconfitta del partito da cui   uscito (  il modello Liguria, inaugurato da Cofferati e Civati, ma replicato in Puglia da Fitto e Alfano)”. La fondazione di nuove formazioni politiche, al contrario, potrebbe rispondere a logiche contrattuali interne ai campi politici in sommovimento, al fine di ottenere migliori posizioni all’interno di

una possibile coalizione o lista unica. Ulteriori modifiche alla legge elettorale favorirebbero la creazione di larghe coalizioni politiche. Coalizioni, “all’interno delle quali, è possibile negoziare la propria presenza, a fronte di qualche garanzia programmatica, e del timore dei partiti maggiori di perdere le elezioni anche per pochi voti.” I mini-partiti potrebbero, inoltre, “sfruttando lo stesso timore, trattare per entrare in una “lista-contenitore” (copyright Berlusconi), riservandosi di fondare successivamente un proprio gruppo in Parlamento.”⁴²

Le nuove formazioni politiche sono poi viste come un sogno irrilevante, da diversi giornalisti. Pippo Civati, per il Corriere (Guerzoni), ha lasciato “il Pd per la chimera di un nuovo, grande partito di sinistra.”⁴³

La stretta connessione tra il Partito Democratico e l’immagine del deputato emerge chiaramente anche negli articoli giornalistici inerenti le dinamiche interne al partito e nelle analisi sul governo Renzi; entrambe tematiche in cui la figura del dissidente Pippo spunta di sovente. Le dichiarazioni della minoranza del PD spesso fanno riferimento al deputato e, ancor più, i giornalisti sottolineano possibili nuove scissioni e dimissioni dal partito. “Oggi molti restano dentro, ma in attesa rassegnata. Forse è meglio riconoscere che bisogna dirsi addio... Cofferati a gennaio, Pastorino a marzo, Civati a maggio, Fassina e Gregori a giugno... Magari non è un’emorragia - come quella dalle urne delle regionali - ma il rubinetto del Pd comincia a perder acqua.”⁴⁴ Cuperlo, come tanti altri esponenti della minoranza, deve smentire ripetutamente la volontà di rompere con il partito; ma sottolinea la mancanza di dibattito interno. La fuoriuscita di Civati e Fassina, per il politico, è un problema per il partito troppo spesso sottovalutato dai renziani.

“Sono andati via: problema loro. Sbagliato: il problema è nostro, del Pd. Rischia di innestarsi il meccanismo del meno siamo meglio stiamo: chi è ‘contro’ toglie il disturbo? Urrà, un problema in meno. Mentre io avevo capito, da giovane, che la fatica del pluralismo è essenziale, per la vitalità di un partito”⁴⁵.

La minoranza del PD è ricercata dai giornalisti nel tentativo di sondare gli umori interni. “Pippo Civati e Stefano Fassina hanno lasciato, voi pensate di avere uno spazio ancora dentro il partito?” È la domanda ripetuta da molti professionisti della carta stampata. Gli esponenti della minoranza rispettano la scelta degli ex compagni, ma restano; criticando le scelte della maggioranza. Il PD non deve essere “un soggetto indistinto, in cui scompaiono i confini tra destra e sinistra e in cui ci può stare dentro tutto e il contrario di tutto.”⁴⁶ Renzi è il grande accusato, ma contemporaneamente Pippo (additato con sottigliezza come un traditore, citato a monito, con ironia o con rispetto per il coraggio) diviene un argomento di distrazione e uno stimolo al settarismo per alcuni esponenti del PD. Reichlin bacchetta tutti. “La sinistra non è l'ennesimo partitino di sinistra... La sinistra è l'egemonia, la politica come lotta ma anche come dialogo qualche volta... stiamo attenti a non diventare una setta come tante altre”⁴⁷. L'anziano politico teme il renzismo e il settarismo, ma contemporaneamente ritiene che si parli troppo delle dispute interne, dei dissidenti come Civati, e poco dei grandi temi e delle strategie culturali. “La questione decisiva è quella delle alleanze con il tessuto pulsante del Paese che sta nella parte sana delle imprese italiane: le forze produttive di cui, invece, in questo partito non si discute più, perché nel Pd si discute di Civati”⁴⁸.

La stampa annuncia, poi, nuove formazioni e aggregazioni a sinistra. Il Manifesto segue il dibattito e il dialogo tra i partiti con

forte attenzione, ospitando molti interventi di politici e militanti. Le altre testate si limitano a sottolineare eventi e a segnalare le più probabili aggregazioni e personalità coinvolte. Il giornale di sinistra, inoltre, dà spazio a un numero maggiore di forze (non tanto prese in considerazione dal resto dei giornalisti). La maggioranza dei quotidiani tiene, infatti, conto principalmente di Possibile, Sel e della Coalizione Sociale di Landini; alcuni dedicano qualche riga a Rifondazione Comunista o ex M5S e Radicali. Il Manifesto, oltre ad offrire un ampio spazio a Sel e Rifondazione, cita spesso L'altra Europa, militanti di partiti minori, attivisti e reti giovanili. L'obiettivo comune ribadito è l'aggregazione della sinistra radicale o alternativa, evitando gli errori del passato legati a esclusioni, settarismo e leaderismo; e sfruttando le opportunità offerte dalla crisi del PD e dal forte astensionismo elettorale. Tutti disponibili al dialogo, ma con accenti molto diversi. Guido Liguori spera in una nuova formazione capace di rendersi visibile oltre il "piccolo gruppo di militanti «irriducibili»". "Un nuovo soggetto articolato e plurale, con un nome e un simbolo che non cambino ogni sei mesi, che parlino a tutti e tutte, identificabili chiaramente come «di sinistra»".⁴⁹ Molti i riferimenti a formazioni politiche straniere di sinistra e gli appelli ad andare oltre i contenitori e i confini identitari tradizionali. "La necessità ora è quella di una nuova casa per i progressisti, gli ambientalisti, i democratici... che valorizzi e metta in rete le potenzialità e le troppe solitudini. Che rimescoli (per davvero) identità e provenienze."⁵⁰ I più legati ai valori della sinistra comunista parlano di lotta di classe, all'austerità e al populismo; e auspicano una costituente di sinistra.⁵¹

L'immagine delle dinamiche interne alla sinistra, offerta dal Manifesto, è radicalmente diversa da quella presentata dal resto

della stampa. Il PD è sullo sfondo, Civati e Possibile vengono visti come la scintilla da cui potrebbe scaturire una nuova sinistra-sinistra; per quanto a volte sembrano emergere sottili dubbi rispetto a possibili future alleanze elettorali tra il deputato e il partito di provenienza. Gli attori principali sono i partiti storici della sinistra, le associazioni e i militanti-attivisti. La maggioranza dei giornalisti della stampa ritiene, al contrario, Pippo più vicino a personalità fuoriuscite dai 5 Stelle o dal PD, e a politici legati al partito di Vendola e ai Radicali (con cui condivide l'enfasi sui referendum). Il Partito Democratico è onnipresente e il vero tema. L'unico presente sui periodici nella versione stampata e web.

L'immagine offerta dal Manifesto di Civati-Possibile, e della sinistra in generale, si rivolge a un pubblico diverso e utilizza frame ideologici molto divergenti da quelli utilizzati dal resto della stampa. Emblematico l'atteggiamento differente verso formazioni di sinistra straniere, come Podemos e Syriza. I giornalisti del Manifesto li eleggono a modello da imitare. I colleghi delle altre testate, a volte sembrano fare lo stesso più limitatamente; mentre più spesso sottolineano la mancanza di creatività e il copia-incolla (malfatto) di strategie, nomi e simboli da parte dei politici italiani (e del deputato Pippo in particolare).

Alcuni giornalisti, soprattutto di testate vicine alla destra, sottolineano particolarmente le scarse capacità di leadership di Civati; i pericoli per il governo rappresentati dai fuoriusciti e dalle nuove formazioni politiche; e lo scarso appeal elettorale di queste. Il Giornale, commentando l'uscita dal PD di Fassina, lo condanna al dimenticatoio lapidariamente: "farà la fine di un qualunque Pippo Civati e cadrà finalmente nel dimenticatoio."⁵² La testata, contemporaneamente, vede forti rischi per il governo nei crescenti

dissensi a sinistra; e titola: “La sinistra di Fassina e Civati mette a rischio il governo Renzi”⁵³. Ambiguamente, però, non ritiene troppo plausibili forti risultati elettorali per il movimento di Pippo e di eventuali alleati. “Un «progetto ambizioso»... Quanto tutto ciò si trasformi poi in voti è tutto da dimostrare.”⁵⁴ Il Foglio è ancora più drastico e titola un breve trafiletto “La sinistra perdere e perderemos”⁵⁵; ironizzando sul fazionismo e sul confronto tra i grandi leader del passato e quelli attuali. La testata sottolinea, poi, in un successivo articolo, l’emergere del populismo in molte formazioni politiche, compreso il movimento-rete di Pippo Civati, che mina la selezioni di leadership competenti e la formulazione di policy. Renzi, il M5S, e il movimento-rete Possibile condividono più di quanto sembri: un’ideologia populista di fondo (il gggentismo) contrario alla professionalizzazione della politica e che porta in parlamento persone incompetenti e incapaci. “L’unico modo per farsi votare... è sostituire la forma partito con la disintermediazione, assurta a forma di governo... Renzi ne è la massima rappresentazione attuale; è un disintermediatore, frantuma i corpi intermedi, cerca un rapporto diretto con l’elettorato e il popolo. Un sembiante di democrazia diretta.”⁵⁶ Un sembiante con forme diverse, ma che accumuna renziani, grillini e civatiani, secondo la testata; e disfa il professionalissimo politico, i partiti e la democrazia, sopprimendo il merito e scalzando i meccanismi tradizionali di selezione dell’élite.

Il racconto giornalistico delle maggiori testate si focalizza, in ogni caso, sulle strategie elettorali e di alleanza, sulla stabilità del governo e sul Partito Democratico. Il frame generale, in cui vengono inquadrare notizie e riferimenti relativi a Civati e a Possibile, è quello governativo-amministrativo (in particolare le riforme) e i

giochi elettorali e partitici. Poche le differenze tra web e carta stampata, se non nel numero di articolo, per i quotidiani. Maggiori per i periodici; i siti collegati danno più spazio ai dissidenti e al nuovo movimento, mentre sulla carta stampata il frame è quasi esclusivamente il governo Renzi (e la sua parabola) o il PD diviso.

Il Sole 24 Ore si focalizza quasi esclusivamente sull'andamento delle riforme governative e sull'influenza che dissensi e malumori potrebbero avere su di esse. Il Corriere, la Repubblica e la Stampa offrono spazio a un numero maggiore di notizie e frame: governo, riforme, dissidenti, nuove formazioni di sinistra e il PD. Governo e Partito Democratico, restano il fulcro delle trattazioni; e i vari pezzi (esclusi commenti ed analisi) provano a presentarsi in modo particolarmente 'neutrale', 'obiettivo'. Avvenire dedica meno spazio ai sommovimenti politici e si focalizza ancor più sul governo Renzi e il PD. Il Giornale ironizza e bacchetta governo e dissidenti; sottolineando i fallimenti di Renzi e delle riforme, come la mancanza di idee, leadership e spazi elettorali per la sinistra alternativa. Libero dedica spazi minori, ma con una copertura non dissimile. Il Fatto Quotidiano riporta un numero di notizie simile ai maggiori quotidiani (Repubblica, Corriere, Stampa), ma è maggiormente critico (ironico) verso la sinistra e le sue politiche. Il Manifesto, come si è detto, si pone come piattaforma di confronto tra formazioni e identità politiche di sinistra alternativa; dando meno notizie, ma offrendo un numero più ampio di commenti e prospettive (prelevate dal repertorio disperso e variegato delle culture di sinistra). Resta, al contempo, a sua volta totalmente all'interno dello schema game elettorale e partitico. Il Foglio è il più critico verso la nuova formazione civitana e i sommovimenti a sinistra; tra accuse di: mancanza di leadership; fazionismo, personalismo e populismo;

e la convinzione ripetuta di infausti destini elettorali. L'Unità, tornata in edicola, si focalizza esclusivamente su Renzi e PD; trattando quindi soltanto degli ultimi dissidenti in modo ironico e critico ed escludendo le argomentazioni di qualsiasi altra formazione di sinistra.

Le free press offrono brevi trafiletti per lo più sull'uscita di Fassina dal PD (da tutte le testate professionali in qualche modo incorniciata nel dissenso generale verso il PD e accomunata a quella di Civati).

I periodici coprono esclusivamente Renzi, in quanto premier e leader di un partito in difficoltà. E in alcuni commenti si sottolinea l'incapacità dei politici e il fazionismo-personalismo di sinistra.

Le notizie che parlano di Civati e di Possibile non si focalizzano quasi mai sulle tematiche portate avanti dalla nuova formazione. E anche quando si parla di temi cari al movimento, spesso questo non viene citato. Iniziative e successi relativi al Reddito Minimo, di Sel e M5S, non citano praticamente mai, ad esempio, le proposte di Possibile sulla tematica. Le notizie sul contrasto allo spaccio di stupefacenti e alla tossicodipendenza, anche quando viene sottolineato il parziale fallimento della penalizzazione o si parla di nuove proposte di legge di legalizzazione (temi forti del movimento che partecipa a tali proposte legislative e le pone in evidenza sul proprio sito web), non (citano) danno spazio alle posizioni di Civati o di Possibile. La copertura della presentazione, alla camera dei deputati, del rapporto e della campagna Filiera Sporca, sui temi del caporalato e dello sfruttamento del lavoro; quasi sempre non tiene conto o riporta la presenza e l'impegno del deputato (tra i politici più interessati al tema e tra gli organizzatori-partecipanti all'evento in parlamento).

Pippo Civati, in sostanza, è una sorta di spettro, il *dissidente*, uno dei tasselli-personaggi della sinistra in cerca di elettori e strategie elettorali; a secondo dei casi un tipo un po' ideologico e con manie di protagonismo, da improbabili risultati elettorali; o un innovatore che potrebbe favorire l'emersione di una nuova sinistra alternativa di governo.

I temi cari al deputato emergono soltanto attraverso le due interviste rilasciate alla Stampa e al Fatto Quotidiano. Il framing e i titoli sottolineano, in ogni caso, la strategia politica referendaria e il tentativo di coinvolgere il M5S o i possibili futuri risultati elettorali.

Il Fatto Quotidiano incornicia l'intervista principalmente all'interno della creazione di una possibile alleanza referendaria con il Movimento 5 Stelle: titolando "5Stelle, facciamo assieme i referendum"⁵⁷. Il giornale è uno dei pochi a citare i referendum organizzati da Possibile anche in un altro articolo. L'intervista si focalizza inizialmente proprio sui quesiti proposti, ma si conclude con un'analisi di possibili alleanze elettorali o aggregazioni a sinistra. Il pezzo inizia, in sostanza, con i temi e le proposte di Possibile; per poi rientrare nello schema game elettorale e partitico.

La Stampa parte dal reddito minimo, con il titolo: "Civati: la sinistra Possibile parte dal reddito minimo"; ma subito sottolinea la previsione elettorale del deputato per il movimento ("il potenziale è del 10%"⁵⁸). L'intera intervista si focalizza su strategie elettorali, alleanze, fazioni e leader, se non per poche righe dedicate a tematiche politiche e di ideologia-politica (nell'ottica di possibili iniziative comuni con Fassina).

Pippo, il PD, la sinistra, elezioni e governo. Il gioco è iniziato, i temi e le proposte, svaniscono sullo sfondo.

La copertura giornalistica da parte delle agenzie stampe e dei siti delle maggiori testate giornalistiche televisive (Appendice B3) è simile, ma ancora più stringata, legata agli eventi e alle novità; poco analitica. I frame sono simili a quelli dei quotidiani.

Le testate digitali (Appendice B4) non differiscono molto nella scelta dei frame più generali adottati. Il game elettorale-partitico e il governo ne sono il fulcro. L'immagine restituita, non è molto dissimile da quella offerta dalla carta stampata; ma con qualche punto di vista differente e qualche sottolineatura maggiore di sfumature e opinioni particolari. Lo schema generale resta, in ogni caso, lo stesso.

Le testate nate, o rinate, sul web pongono, ad esempio, maggiore enfasi sulla connessione tra la sinistra italiana e formazioni straniere simili, in particolare rispetto alla situazione dell'Euro e alla crisi Greca. La carta stampata tiene conto della connessione tra Syriza e la sinistra italiana, ma maggiormente per ironizzare o plaudire alle rispettive posizioni politiche e successi-insuccessi o per fare la conta dei partecipanti a manifestazioni pro-referendum. Le testate digitali utilizzano tale tipo di framing più di sovente e le richieste di chiare posizioni sull'Euro si fanno più accese e critiche.

Fanpage bacchetta i leader della sinistra: "Cari Civati, Fassina, Fratoianni... dove siete?... Per costruire una sinistra "nuova" e un'Europa dei popoli oggi bisogna stare al fianco della Grecia. Con unione di vedute e di intenti. Senza balbettamenti." Una connessione (Sinistra, Europa, Grecia) diviene maggiormente centrale, e i politici italiani vengono criticati per le indecisioni sull'Euro, la mancanza di leadership e l'incapacità di proporre frame ideologici nuovi e diversi. Civati, e gli altri, non riescono a raccontare la crisi Greca "da un punto di vista davvero nuovo, non allineato e

magari davvero comprensibile a tutti”; né a cogliere nella crisi le possibilità politiche e i segnali di “una ribellione, una netta ostilità e soprattutto una profusione di energie”⁵⁹.

La connessione tra Possibile e la sinistra europea viene utilizzata spesso anche per sottolineare ironicamente differenze e limitazioni da parte della nuova formazione politica. L’Intraprendente, ad esempio, scrive: “Civati ha mollato, circa un mese e mezzo fa, per costruire la versione sfigata di Podemos.”⁶⁰

Le testate, vicine alla cultura di destra, sottolineano maggiormente, e con focalizzazioni più stringenti, i problemi per il governo creati da dissidenti e nuove formazioni politiche. L’articolo del Secolo d’Italia, rinato in versione digitale, sulla nascita di Possibile, dopo poche righe dedicate a presenze e assenze in ottica di alleanze partitiche, si concentra sui problemi per il governo e il PD. “Tutti fuggono da Renzi: ecco la sinistra “Possibile” di Civati” è il titolo di apertura. I sottotitoli interni (dei paragrafi) recitano: “Civati: ‘Governo mostruoso’”; e, riprendendo dichiarazioni di Civati, ironizzano sullo spostamento a destra del partito “Bersani come Che Guevara”⁶¹. L’intero articolo è incentrato su dinamiche partitiche e i grattacapi per il PD e Renzi, in maniera ancor più netta di pezzi simili sulla carta stampata.

Le possibili nuove alleanze nel campo della sinistra sono, inoltre, espresse con maggiore enfasi: sia per quanto riguarda la fuoriuscita di altri politici dal PD (si parla anche di Big come Bersani con maggiore insistenza rispetto alla stampa), che per quanto riguarda alleanze tra Possibile e altri partiti. “Sel pronta a fondersi con Civati. Nasce la nuova sinistra”⁶², titola Affari Italiani.

Le opinioni sul nuovo partito non differiscono drasticamente da quelle espresse dai giornalisti della stampa, ma c’è spazio per

qualche commento (negativo o positivo) più acceso e per qualche ottimismo in più espresso da persone legate a culture moderate di sinistra. Le opinioni di sinistra alternativa trovano spazio, più che nelle analisi e commenti giornalistici, nelle interviste a politici di partiti dell'area culturale. Le testate più vicine a culture di destra ironizzano più che altro sul fazionismo e sull'indecisione-mancanza di leadership di Civati. Alcune testate digitali citano in maniera leggermente maggiore le tematiche proposte dal nuovo partito nei pezzi ad esso dedicati.

La differenza principale tra i commenti della stampa e quelli delle testate digitali riguarda, però, l'espressione di opinioni parzialmente positive (per quanto con dubbi) sulla nuova formazione politica da parte di commentatori vicini alla sinistra moderata. Fanpage, ad esempio, per quanto esprima critiche e sottolinei dei dubbi, definisce Possibile "un progetto ambizioso"⁶³; dando spazio ad una sorta di ottimismo dubitativo. Giornalettismo titola "Possibile, Giuseppe Civati parte fra speranze e contraddizioni"⁶⁴; sintetizzando così il sentire espresso nell'articolo. Di nuovo un cauto ottimismo carico di dubbi. L'Huffington Post ritiene, inoltre, le possibilità elettorali della nuova creatura politica più ampie di quanto lasciato intendere da tanti colleghi della carta stampata. Di Salvo, nell'articolo intitolato "L'appeal politico di Possibile, alla sinistra di Renzi"⁶⁵, parla di un lungo e difficile lavoro di costruzione politica da farsi, ma ritiene che Possibile sia "tutt'altro che quella "banale, consueta" ricerca di somma di micropartitini a sinistra del Pd" e che la "neo-creatura... almeno sulla carta si presenta aperta, unificante e convergente." L'appeal politico della nuova formazione sarebbe ampio e non andrebbe "tanto ricercato solo a sinistra del Pd, quanto dentro il suo stesso elettorato". Le ironie dei leader del PD

sulla nuova formazione e il ridimensionamento delle presunte possibilità elettorali potrebbero ritorcersi contro il governo. “Se quindi l'entourage e lo staff della comunicazione del premier-segretario fa bene comunicativamente a ridimensionare il fenomeno, politicamente le preoccupazioni dovrebbero essere ben maggiori di quello sbandierato non preoccupante 4%. E se non ne hanno percezione concreta, parafrasando Houston, "Palazzo Chigi ha un problema".”

Le testate digitali vicine alla sinistra moderata non sono, però, tutte sulla stessa linea di pensiero. Formiche chiude, ad esempio, un lungo articolo sul lancio ufficiale di Possibile, pieno di dubbi e critiche, augurandosi che il nuovo partito “si costituisca come un soggetto politico orizzontale e partecipativo, che metta insieme sogni e speranze del popolo di sinistra che il PD ha perso per strada... ma spero che questo non significhi la riproposizione di vecchi modelli e vecchi ministri con forze antagoniste, che sono tali per il gusto di esserlo.”⁶⁶

Alcune testate seguono il gioco politico con opinioni meno nette, altre sottolineano il fazionismo e il personalismo estremo della sinistra. “I civatiani se ne sono andati. Erano addirittura uno. Già, Civati se n'è andato, solo. Non poteva accettare di non dare al Paese ciò che il Paese gli chiede, qualcuno gli spieghi che il Paese non è quella cosa che vede riflessa quando si guarda allo specchio.”⁶⁷ I siti maggiormente legati alla destra ‘estrema’ non coprono per niente il nuovo partito e il suo leader Pippo (es. il Miglio Verde e l'Occidentale).

I giornalisti degli spazi digitali tendono, inoltre, a ironizzare e criticare maggiormente le capacità di leadership di Civati. La leadership di Civati messa in dubbio da giornalisti della stampa

legati alle culture di destra, pare debole a molti commentatori sia di sinistra che di destra sul web.

Giuliano Cazzola, su Formiche, scrive caustico: “Gramsci, Togliatti, Longo, Berlinguer!”: era l’intonazione orgogliosa dei comunisti che accompagnava le oceaniche manifestazioni del bel tempo che fu. Adesso i loro eredi dovranno rassegnarsi a scandire: “Fassina, Civati, Vendola, Landini!”. Si chiama degenerazione della specie.” E rincara la dose in un successivo articolo “E’ mai POSSIBILE per me prendere in considerazione Pippo Civati?”⁶⁸. Un opinionista della rete Globalist propone un ironico sondaggio dal titolo “Quale personaggio politico sparirà come una meteora?”⁶⁹. Pippo è tra i politici citati. L’Intraprendente prima ironizza sull’indecisione costante del deputato, poi commenta con un titolo caustico (“Supercazzolaro imPossibile”⁷⁰) le sue previsioni elettorali. “Siamo abituati alle sparate di Pippo Civati, ma stavolta, forse, ha dato i numeri.”

Un articolo di Formiche pone, poi, in risalto il contrasto tra l’enfasi comunicativa posta dal nuovo partito sulla partecipazione politica (soprattutto dal basso e tramite rete) e l’esercizio non trasparente di leadership all’interno della nuova formazione, con la conseguente accusa di dirigismo. “L’orizzontalità e la partecipazione sono i due concetti base del progetto politico di Civati... La decisione presa da Civati però, con la creazione di questo movimento-partito, mi è sembrata poco orizzontale e poco partecipata.” L’articolo sottolinea, inoltre, tensioni tra l’enfasi partecipativa e la scelta di nominare un ‘comitato scientifico’. “Perché e soprattutto chi ha preso questa decisione? Che ruolo avrà nel concreto nella definizione delle linee programmatiche?”. L’articolo si conclude, in ogni caso, con un cauto ottimismo e la testata da spazio alla replica

di un dirigente di Possibile. Paolo Cosseddu, nella rettifica, spiega le esigenze pratiche alla base di alcune scelte non del tutto partecipative. “L'accusa di dirigismo proprio non ci sta, e che davvero stiamo cercando di fare le cose per bene, specie se ci si ferma un attimo a riflettere sulla complessità della situazione”⁷¹.

Le testate digitali danno, inoltre, un minimo di spazio in più ai temi e alle proposte politiche del deputato Pippo e di Possibile: sia negli articoli generali sulla nuova formazione, sia con pezzi relativi a specifiche iniziative politiche (es. il Sussidiario nel pezzo “Scuola: Civati, referendum per mettere al posto le cose”⁷²) o eventi locali (es. Affari Italiani parla della costituzione di nuovi gruppi locali di Possibile⁷³). Anche le testate digitali non danno, però, molto peso alle proposte programmatiche di Possibile quando riportano notizie su temi connessi (es. Reddito Minimo) e citano poco la presenza-partecipazione di Civati a eventi tematici (es. Filiera Sporca).

I frame generali utilizzati e le modalità di copertura sono, in sostanza, simili per tutti i media professionali: giochi elettorali e partitici; governo e sua evoluzione. Le testate digitali ampliano il panorama di opinioni, ma non di molto; né trasformano la notiziabilità di temi ed eventi. L'ampliamento di opinioni e l'utilizzo di criteri-notizia leggermente diversi sembrano, inoltre, maggiormente legati a specifiche redazioni e testate che a differenze dovute alla natura della testata (stampa + digitale o digitale). I linguaggi specifici sembrano influenzare maggiormente, al contrario, la copertura da parte di agenzie e siti web legati alla TV. La differenza 'ideologica' maggiore riscontrata sembra relativa a una copertura più 'neutrale' o sottilmente negativa da parte di testate di centro-sinistra della carta stampata. Testate digitali di cultura simile

danno spazio a commenti simili, ma contemporaneamente a un numero maggiore di opinioni più decise che vanno dall'ironia e dalla critica più aperte a un cauto ottimismo dubitativo. Le opinioni di sinistra alternativa trovano minori spazi diretti di espressione nelle maggiori testate digitali (se non in interviste a politici): in parte per l'assenza di uno spazio popolare di cultura simile a quello offerto dal Manifesto; in parte, per la forte presenza di testate vagamente di centro-sinistra; e, in parte, per la frantumazione delle culture di sinistra alternativa in miriadi di spazi web minori. Le culture della destra si esprimono ugualmente in maniera simile sulla carta stampata e in rete, se non per differenze di toni e per il disinteresse della destra più 'estrema'.

Il gioco elettorale domina la copertura giornalistica; l'ironia su fazionismo e personalismo (non condivisa da tutte le testate) finisce così per imprimersi, nel complesso, e colorare l'avventura di Pippo. Le differenti opinioni emergono maggiormente tramite un'esposizione selettiva, ma l'impressione generale tende a formare un'immagine di 'micro-partito', legato totalmente a tendenze consolidate del centro-sinistra. Proposte particolari o forme organizzative 'nuove' tendono a svanire nel gioco di nomi e simboli. Civati è il dissidente di sinistra, a secondo delle opinioni, più sottilmente o apertamente espresse: coraggioso, ideologico, opportunisto, narciso e incapace, o capace di una qualche coerenza e visione politica. Il personaggio Pippo e le relazioni partitico-elettorali, il game elettorale, inghiottono anche le specifiche opinioni espresse. Una minima attenzione maggiore alle tematiche e alle forme organizzative specifiche di Possibile si riscontra da parte delle testate digitali, ma all'interno di un quadro simile. Idem simili sono le culture politiche e professionali che riescono a

esprimersi maggiormente attraverso i media editoriali tutti, se non per dinamiche legate a specifiche testate o per leggeri ampliamenti di punti di vista all'interno di determinate culture.

Possibile e Civati, complessivamente, appaiono ancora fortemente legati al Partito Democratico. Un tassello del variegato panorama del centro-sinistra, non ancora ben delineato e di cui non si pongono particolarmente in risalto gli aspetti più programmatici, ma gli effetti sui partiti e il governo.

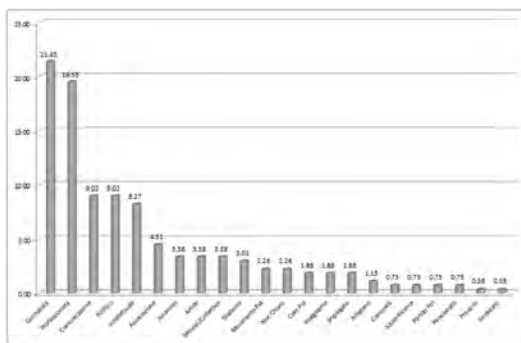
Civati e i Blog

“POSSIBILE” è fiducia in se stessi, fiducia nel potere del popolo.”⁷⁴

I blog rappresentano una nuova forma di partecipazione culturale e una possibilità di allargamento delle tematiche e dei frame culturali oggetto di discussione pubblica. L'allargamento delle prospettive e delle issue presenti nella sfera pubblica viene parzialmente limitato dall'influenza esercitata sul nuovo strumento dai media professionali e dal participation gap⁷⁵.

L'influenza esercitata dai media editoriali è ben esemplificata dai ben 45 post che ripropongono per intero articoli professionali (31 di quotidiani (web o carta) e 14 di testate digitali). I media professionali riescono a orientare fortemente la notiziabilità degli eventi e i frame utilizzati dai blogger, per quanto questi utilizzino prospettive e criteri anche parzialmente differenti (e filtrino la ri-diffusione degli articoli).

Il participation gap è altrettanto ampio e limita l'ampliamento di punti di vista ed esperienze vissute rese disponibili attraverso i blog e la rete. La stragrande maggioranza⁷⁶ dei



blogger politici più influenti (Appendice A6) appartiene a classi sociali medie o medio alte; aggregati sociali già più attivi politicamente e culturalmente, e in possesso di risorse e

competenze per partecipare in rete come fuori dalla rete. Le possibilità di partecipazione rese disponibili dai media digitali e mobili finiscono, in sostanza, per favorire maggiormente persone già in grado e interessate a farlo. Il 69,17% dei blogger più influenti è, infatti, un professionista, un politico o un intellettuale/accademico. Tra questi molti sono giornalisti o Freelance o professionisti esperti a vario titolo di comunicazione. Associazioni culturali e movimenti politici di vario genere utilizzano lo strumento per proporre i propri punti di vista, ma non in modo eccessivo. Studenti e insegnanti hanno una presenza riconoscibile, ma non molto ampia. I blogger volontariamente anonimi rappresentano solo il 3.38% del totale, confermando la sempre maggiore tendenza a replicare in rete la propria identità. Gli artigiani/operai che scrivono su uno dei blog politici più popolari in Italia sono soltanto tre; seguiti da un precario e due pensionati.

Il participation gap in rete conferma le tendenze più generali della società italiana. I dati Istat confermano, infatti, che il grado di

partecipazione politica è “più forte per le persone dotate di maggiori risorse culturali o che occupano posizioni lavorative più elevate.” (Istat, 2013: 3) Una buona parte delle persone di 14 anni e più con licenza elementare e licenza media (rispettivamente 31,4%

PROSPETTO 1 - PERSONE DI 14 ANNI E PIÙ PER FREQUENZA CON CUI PARLANO E SI INFORMANO DI POLITICA E CHE HANNO SVOLTO LE ATTIVITÀ INDICATE PER TITOLO DI STUDIO, CONDIZIONE E POSIZIONE NELLA PROFESSIONE Anno 2013 (per 100 persone di 14 anni e più con le stesse caratteristiche)

TITOLO DI STUDIO CONDIZIONE POSIZIONE NELLA PROFESSIONE ⁽¹⁾	Parlano di politica almeno una volta a settimana	Parlano di politica almeno una volta a settimana	Si informano di politica almeno una volta a settimana	Si informano di politica almeno una volta a settimana	Partecipazione ai comizi ⁽²⁾	Partecipazione ai cortei ⁽³⁾	Ascolto di un dibattito politico ⁽⁴⁾	Attività gratuita per un partito ⁽⁵⁾	Hanno dato soldi ad un partito ⁽⁶⁾
Dottorato di ricerca o laurea	88,3	89,0	91,9	83,8	10,7	6,7	42,0	2,5	6,1
Diploma superiore	79,9	57,5	85,0	72,7	8,4	5,0	31,9	1,4	3,1
Licenza media	66,1	42,5	71,8	56,4	5,7	5,2	22,2	0,7	1,6
Licenza elementare	51,3	31,8	62,3	50,4	2,8	1,3	16,5	0,3	1,2
Totale	70,8	48,9	77,8	64,3	6,7	4,6	26,9	1,1	2,6
Occupati	80,5	58,7	84,5	73,0	8,5	5,1	31,4	1,4	3,4
Diretteri, Imprenditori, Liberi professionisti	90,8	73,1	92,7	85,2	17,0	4,2	39,9	2,8	5,6
Direttri, Quadri, Impiegati	87,1	65,4	91,5	81,1	10,0	6,6	37,1	1,9	4,6
Operai, Apprendisti	68,8	45,1	73,6	58,4	5,7	4,4	21,7	0,6	1,7
Lavoratori in proprio e Coadiuvanti	80,8	58,9	85,3	74,2	6,4	3,7	30,7	1,1	2,2
In cerca di nuova occupazione	68,2	43,9	74,6	59,9	8,1	4,3	24,8	1,0	1,5
In cerca di prima occupazione	61,1	36,8	65,5	47,4	9,1	5,6	23,1	1,0	1,0
Casaltinghe	53,6	32,3	63,4	49,0	2,2	1,4	17,1	0,4	1,0
Studenti	69,3	44,4	72,3	55,2	8,0	12,6	26,8	1,2	2,1
Ritirati dal lavoro	71,0	50,8	79,9	70,4	5,4	2,2	28,6	1,0	3,2
Altra condizione	48,7	29,9	57,8	44,9	4,9	2,8	15,2	1,2	1,3
Totale	71,1	49,2	77,4	64,8	6,8	4,5	27,1	1,1	2,6

e il 21,4%) sono, ad esempio, escluse da qualsiasi forma di partecipazione politica. Allo stesso tempo, professionisti e dirigenti discutono e si informano di politica molto di più degli operai. Il participation gap digitale sembra, in alcuni casi, addirittura inasprire queste tendenze; almeno per quello che riguarda i blogger politici più influenti. Forme di partecipazione digitale differenti potrebbero favorire diverse categorie sociali.

I blog riescono, in ogni caso, ugualmente ad ampliare le prospettive presenti nella sfera pubblica; sottolineando maggiormente alcuni aspetti dei temi in discussione o dando spazio a opinioni non presenti nei media professionali.

I frame utilizzati per discutere di Possibile e di Civati, soprattutto dai blogger più popolari, non sono, però, diametralmente diversi; differisce in alcuni casi il linguaggio e in altri vengono proposte interpretazioni ideologiche escluse (o parzialmente escluse) dai media editoriali (Appendice B5). Possibile e Civati continuano ad essere strettamente connessi al Pd e alle dinamiche elettorali e partitiche della sinistra. I blog meno popolari⁷⁷ allargano un po' di più il campo inquadrando iniziative e contesti maggiormente locali che favoriscono l'emersione di tematiche politiche.

La differenza principale da un punto di vista ideologico si esprime e prende forma negli spazi di comunicazione di una sinistra radicale diversa, non presente nei media professionali. Una sinistra anticapitalista, poco incline a vedere grandi differenze tra il PD e la proposta politica di Civati. Il Confronto delle Idee invita, ad esempio, a non accettare troppo velocemente gli inviti all'unità della sinistra, ritenendo Civati e gli altri dissidenti/partiti interessati a una simile strategia "oggettivamente l'avanguardia dell'espansione del

pensiero unico capitalista anche sulle nostre sponde, e della loro normalizzazione”⁷⁸; ovvero un pericolo per una sinistra realmente alternativa e anti-capitalista.

Il ‘sinistorso’ Civati, per Sinistra Comunista Internazionale⁷⁹, vuole molto furbamente rifondare il centro-sinistra, ma “questo progetto, utile a sminare almeno in parte il conflitto sociale, sostituendo l’odiosa e ormai logora figura di Renzi con un volto più umano, dovrebbe affermarsi non prima che l’attuale governo fosse riuscito a somministrare ai proletari tutte le stangate previste dal programma confindustriale e dall’Europa.” Civati è, sostanzialmente, uno dei tanti politici opportunistici al servizio del capitale.

Libre ripubblica un post, molto popolare in rete, di Eugenio Orso dal titolo eloquente: “Orso: rabbia e odio esploderanno, al rogo servi e traditori”⁸⁰. L’intellettuale ritiene probabile l’avvento di una rivoluzione sanguinosa che non sarà guidata dai leader attuali “alla guida di opposizioni finte e vigliacche – Landini, Civati, Vendola, Fassina, Cuperlo, in una la “sinistra radicale” – semplicemente inutili... o deboli perché prigioniere della liberaldemocrazia... Dalle opposizioni finte e vigliacche e da quelle inutili... non dovremo aspettarci niente di buono. Andranno rapidamente verso l’estinzione.”

Ideologie diverse di una sinistra anticapitalista trovano spazi di espressione nei blog, ma nella maggioranza dei casi i frame ideologici utilizzati sono sostanzialmente simili a quelli dei media professionali. A limite, trovano maggiori spazi anche opinioni entusiaste sul nuovo movimento, focalizzate sulla sua innovatività e sul carico partecipativo di cui si farebbe portatore. Possibile, per un attivista pubblicato da Alga News, è “coscienza della potenza del

gruppo, della comunità... un'arma contro la paura, contro le scelte imposte e calate dall'alto, un nuovo ritornello che mette nel cassetto il terribile suono del "non ci sono alternative"... è partecipazione prima che consenso, è convincere prima che vincere a tutti i costi"⁸¹. Simili opinioni e interpretazioni riescono a trovare maggiori spazi nei blog, ma rappresentano una ristretta minoranza. La stragrande maggioranza dei post non si distacca troppo da tematiche e opinioni simili a quelle dei media professionali.

I toni sono, però, spesso più accesi; soprattutto per quanto riguarda fazionismo, opportunismo e personalismo attribuiti a molta sinistra. Accuse che provengono più di sovente da persone di sinistra rispetto a quanto riscontrato per i media professionali; dove sono maggiormente (ma non esclusivamente) testate vicine alla destra a utilizzare tale argomenti. I blogger di destra sembrano, però, meno interessati alla tematica dei giornalisti della stessa area culturale; per quanto, quando ne scrivono, utilizzano frame simili.

Mondocane, artista e blogger di sinistra, se la prende con il Manifesto e i suoi entusiasmi per l'ennesima cosa rossa. "Ultimi arrivati, la lente di ingrandimento ci rivela le formichine di Civati-Sel e detriti vari."⁸²

Bezzifer attacca ripetutamente Civati per il frazionamento della sinistra, il purismo ideologico e l'opportunismo. "Il cancro permanente della sinistra italiana: mini partiti che rappresentano il nulla e vanno verso il nulla." Il blogger definisce "armata Brancaleone" i leader dissidenti e della sinistra alternativa, buona a parole. "Ci saranno grandi congressi a cui seguiranno pugni di mosche per i lavoratori. Ma la purezza della sinistra sarà salva e arriveranno frotte di elettori: il 3% del corpo elettorale." Civati cercherebbe semplicemente di ottenere "qualche inutile seggio alla

Camera". "Per Pippo è sufficiente garantirsi la poltrona e la pensione senza lavorare."⁸³

La metafora dell'Armata Brancaleone viene utilizzata anche da Materialismo Storico. "L'unica prospettiva della Armata Brancaleone che si profila, invece, è... quella di lucrare rendite di posizione." Civati e altri leader politici vengono accusati di essere attaccati alle poltrone e di non essere chiari sulle proprie posizioni politiche. Della 'macedonia' di Fassina e Civati, per il blogger, "non si capisce nulla se non che è destinata a seguire le orme di Ingròia: non si sa cosa voglia, né dove voglia andare... E' anti capitalista? E' antiliberista? E' riformista? Orbita attorno al PSE..."⁸⁴.

Il Temporeggiatore sottolinea la litigiosità della sinistra. Commentando l'uscita dal PD di Fassina, scrive "Ad accoglierlo c'è il suo amico Pippo Civati con Possibile ed io sono fiducioso circa la possibilità che prima o poi litighino anche loro due."⁸⁵

Civati viene, inoltre, di sovente accusato di scarsa leadership, indecisione e narcisismo.

Le Palais Du Rire, dopo aver riconosciuto a Civati una certa coerenza nel voto parlamentare e il coraggio alla fine di decidersi a mollare il partito, sottolinea le troppe indecisioni del deputato. "Lo stesso Pippo, diciamo, non è stato certo un campione di coraggio. Come in un travaglio religioso, prima di capire ciò che tutto il mondo aveva capito e di prenderne atto passando, Pippo ha cincischiato un bel po'."⁸⁶

Caffè News rincara la dose. "Pippo Civati, neo-leader dell'ennesima micro-formazione rossa Possibile, è stato per un paio d'anni l'io vorrei... non vorrei... ma se vuoi... del Pd." Il blogger ritiene che il deputato avrebbe tentato ripetutamente di farsi

cacciare dal Pd e potrebbe ritornarvi “nel (probabile) caso che Possibile si trasformi nell’ennesimo flop di sinistra”⁸⁷.

“A furia di minacciare di andarsene si finisce quasi per perdere la credibilità se poi alle parole non fanno mai seguito i fatti...”, scrive Tribuno del Popolo ricordando le indecisioni del politico. Civati, complessivamente, non avrebbe né “il carisma né lo spessore per poter rinnovare la sinistra italiana”⁸⁸.

Civati viene descritto come un “perdente”, un po’ antipatico-rancoroso, da Sostenibilitalia⁸⁹. “Fassina e Civati sono uniti da due sole cose: detestano ambedue Renzi e amano il protagonismo.” Il deputato avrebbe dimostrato “indubbie doti di comunicazione e dimestichezza ai nuovi media, ma anche grande narcisismo.” Narcisismo che difficilmente porterà a grandi risultati elettorali, secondo il blogger. “Lo zoccolo duro di un fan club adorante”, infatti, “in fase di voto” dimostrerebbe “limiti enormi”.

I blog, in definitiva, ripropongono gli stessi schemi e temi dei media professionali, ma con toni a volte più accesi e maggiori spazi per una sinistra radicale-anticapitalista o, in generale, più varia e disparata. L’esperienza personale di attivisti locali trova qualche volta modo di esprimersi. Temi e proposte politiche sono sostanzialmente assenti come nel caso dei media professionali. A limite ci sono richieste di chiarimenti o prese di posizione più nette su temi cari ai Blogger⁹⁰ e minime idee programmatiche che emergono da post in cui viene spiegata la propria adesione al movimento⁹¹. Il participation gap e l’influenza della stampa professionale si fanno sentire.

La rete nel complesso (blog e testate digitali) amplia, però, di un bel po’ i frame ideologici utilizzati nel dibattito pubblico e dissemina il controllo narrativo. Le disparate isole digitali non è chiaro, però,

fino a che punto possono influenzare la narrativizzazione di eventi e personaggi nella sfera pubblica centrale e, di certo, riprendono da essa gran parte dei frame e delle tematiche più generali. La corsa elettorale, il gioco di partiti e personaggi, danno forma alla maggioranza dei post, che segue altrettanto criteri-notizia non troppo dissimili da quelli professionali.

Civati e i Partiti

“Le scissioni, le uscite dal Pd che si sono verificate, positivamente trovano un punto di aggregazione in Possibile.”⁹²

I partiti politici italiani e i loro leader non danno molto spazio sui propri siti e blog alla creazione di Possibile (Appendice B6); in diversi casi a limite commentano sarcasticamente sui propri profili social, sempre più spesso tendenti a sostituire le pagine web ufficiali.

I partiti di destra, centro e centro-sinistra non hanno praticamente nulla da dire sull'arrivo del nuovo soggetto politico; e anche quando parlano di temi vicini al sentire e al programma di Possibile non ne discutono le posizioni. L'M5S e Grillo, ad esempio, parlano molto del reddito di cittadinanza (o reddito minimo), ma mentre discutono le posizioni del PD (alcune componenti contrarie, altre più disponibili) e di Sel (favorevole); non discutono le proposte di Possibile né commentano una possibile convergenza sul tema. Fratelli d'Italia, allo stesso tempo, attacca la 'sinistra al governo' per aver 'smantellato le politiche antidroga'; ma non coglie il facile bersaglio della proposta di legalizzazione in evidenza sul sito della nuova formazione. E anche partiti di area come Sel, non ne citano le posizioni sul reddito in pezzi dedicati alla tematica (citano la presenza di Civati al convegno Filiera Sporca).

Sel dedica, però, diversi articoli al nuovo partito, ai dissidi nel Pd e a possibili nuove organizzazioni unitarie della sinistra. La sintesi la offre Fratoianni, coordinatore del partito, con un Twitter riportato come titolo di un articolo sul sito ufficiale. “Stefano Fassina lascia il Pd. Ora con lui, Civati e molti altri, al lavoro per un nuovo soggetto politico di sinistra”⁹³.

L'Altra Europa sembra condividere la strategia e gran parte del linguaggio politico di Sel in un documento politico-programmatico pubblicato sul sito web. Lo scritto non cita Possibile direttamente, ma tutte le forze alla sinistra del Pd come partner per una nuova iniziativa unitaria.

Rifondazione Comunista pubblica diversi interventi sul tema dell'unità della sinistra; alcuni direttamente collegati ai dissidi interni al PD e alla fondazione di Possibile, altri più generali; molti ripresi direttamente dal Manifesto. I temi sono in parte simili a quelli di altri partiti di sinistra (es. la pluralità della sinistra), ma restano maggiormente ancorati alla tradizione teorica e linguistica marxista.

Il Partito Comunista d'Italia pubblica un intervento non direttamente collegato a Possibile, ma che si focalizza sulla Costituente Comunista; una possibile aggregazione alternativa a quella promossa da altre forze politiche di sinistra e che coinvolge il partito e una frazione di Rifondazione. Un'aggregazione alternativa basata su un repertorio teorico e d'azione rinnovato, ma maggiormente conforme al comunismo storico, secondo i promotori. Non abbastanza comunista, al contrario, per il Partito Comunista dei Lavoratori, che non commenta la nascita di Possibile né i 'soggetti unitari e plurali' proposti da altri politici di sinistra.

Possibile e Civati risultano, anche in questo caso, principalmente tasselli da muovere sullo scacchiere politico elettorale. Ignorati sia dalla destra, che dal centro/centro-sinistra e dalla sinistra comunista. Ricercati dalla sinistra in cerca di nuovi spazi e identità.

Civati: il Blog e i Social Media

“Un po' di Possibile altrimenti soffoco.” (Deleuze & Guattari, 1991: 178)

Civati, uno dei politici italiani maggiormente legati alle dinamiche culturali emergenti, pone al centro della propria comunicazione politica le reti digitali e mobili. La rete è spazio di comunicazione-interazione, strumento centrale nell'ascesa mediale e politica del deputato, modalità organizzativa e metafora strutturante dell'intera attività politica.

La comunicazione politica di Civati è fortemente incentrata sui media digitali, mobili e reticolari; in parte per l'altalenante attenzione dei media professionali e, in parte, per scelta connessa alle modalità del fare politica e partecipare. Il deputato utilizza intensamente il proprio blog personale per: connettersi con potenziali elettori, esprimere opinioni politiche e dare visibilità a proprie iniziative. Il blog è il centro focale delle attività comunicative del politico. I social media rivestono un ruolo altrettanto importante e sono spesso utilizzati per rilanciare i post scritti o i video di interventi (discorsi) tenuti durante l'intensa attività di partecipazione a convegni e iniziative (organizzate all'interno del neonato movimento o da altre associazioni).

Il blog del deputato è uno dei più influenti in lingua italiana; è nono nelle classifiche di Teads Labs (quarto nella categoria politica e terzo in quella costume e società), 26esimo secondo BlogBabel/Liquida e tra i 5000 siti più visitati in Italia stando alle statistiche di Alexa⁹⁴. I post del deputato hanno ricevuto, durante il

periodo di osservazione, in media 424,87 Facebook Likes e sono stati condivisi tramite la piattaforma di micro-blogging Twitter 3.77 volte di media. I commenti dei lettori risultano attestarsi a 11.28 per post medio. Le medie non tengono conto, però, del riscontro ottenuto dal rilancio dei post sui social media.

Civati è, infatti, uno dei politici italiani più popolare nelle piattaforme sociali; risulta il settimo leader per numero di Fan e Followers (quinto su Twitter e sesto su Facebook). Il neonato movimento Possibile riscontra, inoltre, altrettanto un discreto successo; nonostante il poco tempo trascorso dal lancio ufficiale⁹⁵.

La politica italiana nelle piattaforme sociali è caratterizzata, soprattutto, da: una forte personalizzazione (i leader politici, in generale, sono più seguiti dei partiti); e dal successo di formazioni politiche minoritarie, poco presenti in parlamento e nei news media, che riescono ad utilizzare i social per interagire, comunicare e suscitare partecipazione-adesione.

Sinistra Ecologia e Libertà (Sel),

	Twitter Followers	Facebook Fan	Tot
Beppe Grillo	1,946,196	1,812,342	3,758,538
Matteo Renzi	2,133,959	843,989	2,977,948
Nichi Vendola	484,544	538,556	1,023,100
Silvio Berlusconi	34,994	769,807	804,801
Giorgia Meloni	225,970	456,525	682,495
Angelino Alfano	366,138	121,307	487,445
Giuseppe Civati	254,410	210,238	464,648
Matteo Salvini	216,516	124,000	340,516
Pier Ferdinando Casini	144,031	28,207	172,238
Ignazio Messina	52,193	96,540	148,733
Marco Pannella	85,375	40,798	126,173
Francesco Storace	45,186	56,071	101,257
Raffaele Fitto	20,054	30,879	50,933
Paolo Ferrero	16,631	30,607	47,238
Roberto Fiore	4,901	23,306	28,207
Angelo Bonelli	4,227	18,973	23,200
Gianluca Iannone	1,542	16,845	18,387
Bruno Tabacchi	5,624	7,669	13,293
Enrico Zanetti	5,621	4,711	10,332
Riccardo Nencini	3,548	4,636	8,184
Luca Romagnoli	783	4,993	5,776
Marco Ferrando	842	2,675	3,517
Cesare Procaccini			0
	Twitter Followers	Facebook Fan	Tot
Movimento 5 Stelle	375,619	544,389	920,008
Partito Democratico	179,509	158,547	338,056
Lega Nord	17,439	252,181	269,620
Forza Italia	118,105	125,430	243,535
Sel/Sinistra Italiana	128,071	99,723	227,794
Forza Nuova	8,118	169,022	177,140
CasaPound	13,583	144,649	158,232
Fratelli d'Italia - AN	20,991	114,659	135,650
Rifondazione Comunista	7,788	50,872	58,660
Radicali Italiani	20,017	28,482	48,499
Scelta Civica	18,387	26,033	44,420
L'Altra Europa	4,161	24,496	28,657
Possibile	5,488	15,574	21,062
Nuovo Centrodestra	10,066	8,982	19,048
Federazione dei Verdi	2,412	8,689	11,101
Italia dei Valori		11,057	11,057
Partito Comunista d'Italia	984	9,171	10,155
Partito Comunista Dei Lavoratori	790	6,484	7,274
Partito Socialista Italiano	3,695	3,415	7,110
Unione di Centro	2,816	3,806	6,622
Centro Democratico	1,051	2,506	3,557
Conservatori e Riformisti	720	1,807	2,527
La Destra	789	1,506	2,295
Destra Sociale			0

ad esempio, alle elezioni politiche del 2013 non ha ottenuto risultati eccezionali (3.20% alla camera e 2.98% al senato); eleggendo nelle proprie liste 37 deputati e 7 senatori (all'interno della coalizione di centro-sinistra con il PD). Il partito è, però, molto seguito nei social media (quinto, terzo per Followers). Nichi Vendola è, inoltre, uno dei leader più popolari; preceduto soltanto da Beppe Grillo e Matteo Renzi.

Il successo di formazioni minori non è fenomeno caratterizzante soltanto la sinistra. La destra extraparlamentare sfrutta con altrettanto successo gli spazi di comunicazione e relazione delle reti digitali. Forza Nuova e CasaPound sono rispettivamente il sesto e il settimo partito nei social media; questo a fronte di risultati elettorali molto minori (0.26% Camera - 0.27% Senato; 0.14% Camera - 0.13% Senato). Forza Nuova risulta essere più seguito del Partito Democratico su Facebook (terzo dopo M5S e Lega) e CasaPound incalza da vicino il maggiore partito italiano (quinto).

Possibile ottiene risultati discreti (13°) e, nonostante la giovane età, è già maggiormente seguito di formazioni storiche come il Nuovo Centro Destra o l'Unione di Centro. Il tutto suggerisce l'esistenza di possibili spazi ulteriori di interesse per l'offerta social del movimento. La notorietà nelle piattaforme del leader può, inoltre, favorire fortemente la partecipazione e l'organizzazione delle attività della neonata formazione.

Civati riesce, infatti, a coinvolgere e stimolare partecipazione.

	Likes			Shares			Comments		
	Tot	Med	Med/Fan	Tot	Med	Med/Fan	Tot	Med	Med/Fan
Salvini	264,380	10,575.20	8.53	73,984	2,959.36	2.39	36,914	1,476.56	1.19
Angelo Bonelli	2,140	305.71	1.61	1,206	172.29	0.91	220	31.43	0.17
Roberto Fiore	4,472	172.00	0.74	1,922	73.92	0.32	186	7.15	0.03
Civati	19,490	1,218.13	0.73	2,933	183.31	0.11	2,275	142.19	0.09
Renzi	83,708	4,924.00	0.58	10,446	614.47	0.07	35,453	2,085.47	0.25
Pannella	3,288	234.86	0.58	166	11.86	0.03	159	11.36	0.03
Raffaele Fitto	696	174.00	0.56	188	47.00	0.15	91	22.75	0.07
Zanetti	527	26.35	0.56	64	3.20	0.07	85	4.25	0.09
Meloni	19,668	2,458.50	0.54	4,700	587.50	0.13	1,285	160.63	0.04
Berlusconi	49,844	3,834.15	0.50	5,368	412.92	0.05	6,579	506.08	0.07
Vendola	10,663	2,665.75	0.49	1,820	455.00	0.08	957	239.25	0.04
Nencini R.	491	22.32	0.48	57	2.59	0.06	37	1.68	0.04
Romagnoli L.	24	24.00	0.48	1	1.00	0.02	5	5.00	0.10
Messina I.	8,150	452.78	0.47	1,360	75.56	0.08	620	34.44	0.04
Paolo Ferrero	2,418	60.45	0.20	1,080	27.00	0.09	239	5.98	0.02
Alfano	639	213.00	0.18	126	42.00	0.03	562	187.33	0.15
Grillo	28,874	2,624.91	0.14	17,431	1,584.64	0.09	1,184	107.64	0.01
Bruno Tabacchi	11	11.00	0.14	1	1.00	0.01	0	0.00	0.00
Storace F.	1,113	61.83	0.11	374	20.78	0.04	147	8.17	0.01

Dati: nostra osservazione - Med/Fan: valori %

I valori medi di partecipazione-reazione ai post del politico sono alti rispetto a quelli di tanti colleghi. Il deputato risulta: settimo per numero di likes, condivisioni e commenti (1.218, 183 e 142 di media).

Il politico risulta, ancor più, quarto (0.73%) per percentuale di Fan che in media gradiscono (Like) i post sulla pagina Facebook, sesto per condivisioni medie (0.11% del totale dei Fan) e settimo per commenti (0.09%). L'engagement degli iscritti alla pagina risulta in sostanza alto anche rispetto a leader di partiti più forti o più popolari nelle piattaforme social.

	Facebook				Twitter			
	Tot	Med	Med/Fan		Likes	Tot	Med	Med/Fan
Civati				Likes	851	23.64	0.01	18.18
Likes	19,490	1,218.13	0.73	Retweet	830	23.06	0.01	
Shares	2,933	183.31	0.11					
Comments	2,275	142.19	0.09					
Renzi				Likes	15,541	1,036.07	0.05	25.00
Likes	83,708	4,924.00	0.58	Retweet	6,755	450.33	0.02	
Shares	10,446	614.47	0.07					
Comments	35,453	2,085.47	0.25					
Vendola				Likes	1,154	39.79	0.01	71.84
Likes	10,663	2,665.75	0.49	Retweet	1,202	41.45	0.01	
Shares	1,820	455.00	0.08					
Comments	957	239.25	0.04					

Dati: nostra osservazione - Med/Fan e Tweet/RT: valori %

Il confronto tra la comunicazione politica social di tre leader del centro-sinistra mostra chiaramente la capacità da parte di Civati di suscitare partecipazione ed engagement.

Le strategie di comunicazione sono abbastanza differenti (Vedi Appendice B7). Vendola utilizza molto poco intensamente Facebook, ed è il più loquace al contrario su Twitter. Il leader di Sel è, inoltre, quello che integra maggiormente Tweets altrui nella propria comunicazione politica (71.84% del totale). Renzi utilizza in maniera abbastanza simile entrambe le piattaforme. Civati scrive sulla bacheca Facebook con una frequenza simile al Premier, ma è più attivo su Twitter.

I valori medi assoluti di partecipazione-reazione ai post dei tre politici sono più alti per Renzi e Vendola; ma, se si tiene conto del numero di Fan differente, il tasso di engagement misurato è decisamente più alto su Facebook per Civati. Renzi, al contrario, riesce a stimolare maggiormente i propri Followers nella piattaforma di micro-blogging Twitter.

Civati: il Blog

“Solo i molti possono cambiare gli equilibri determinati dai pochi.” (Civati, 2013⁹⁶)

La comunicazione politica di Civati si incentra sulla rete. Il blog del deputato è il nodo centrale di una rete di relazioni comunicative che si espandono e prendono forma nei social media, molto utilizzati per rilanciare i post e discorsi-interventi del politico⁹⁷.

Il politico focalizza i suoi interventi-post sui temi a lui cari e alla promozione della nuova formazione politica. Il gioco elettorale e le alleanze politiche, a differenza della copertura di giornalisti e blogger, non risulta molto presente. Il leader di Possibile affronta e rigetta, però, in diverse occasioni le critiche relative al fazionismo-frazionismo, dirigismo o scarse capacità di leadership e assenza di prese di posizione chiare.

Civati, ad esempio, rispondendo a un articolo di Grasso sul Corriere, rifiuta le accuse di aver creato un nuovo mini-partito di sinistra con scarse chance elettorali. L'uscita dal PD sarebbe stata l'unica scelta possibile visto che “non stavo votando più come il gruppo di cui facevo parte su questioni essenziali e avevo votato contro cose parecchio importanti”⁹⁸. Il Partito Democratico avrebbe tradito le promesse elettorali del 2013. Concetto ribadito in un altro post dal titolo eloquente: “Il ricatto continuo”⁹⁹. Il deputato avrebbe provato a cambiare le cose dall'interno, ma restando ulteriormente avrebbe rischiato di avvalorare lo scivolamento a destra del partito. “A un certo punto, da «rivoluzionari» si diventa «complici» di un disegno conservatore, tutt'altro che innovativo, molto lontano da ciò che siamo e che vorremmo rappresentare.” Le critiche all'ex

partito spesso sono utilizzate per far emergere differenze programmatiche e politiche (es. scuola, migranti e crisi Greca).

L'accusa di non prendere posizioni chiare su issues importanti viene rigettata più indirettamente, attraverso interventi che chiariscono il proprio punto di vista. Il deputato era stato criticato, ad esempio, per non aver espresso un'opinione chiara sull'Euro e la crisi Greca, lo fa con due post; sottolineando le differenti vedute sia rispetto ai renziani del PD, sia più sottilmente rispetto a M5S e altre formazioni di sinistra. Civati attacca l'Europa dell'austerità e delle cancellerie, la Germania, il PD e il Pse; ma non direttamente l'Euro. Scrive, a proposito del referendum Greco: la vittoria di Tsipras "non sarebbe un'uscita dall'euro, ma l'espressione della sovranità popolare: il suo non è un no all'Europa o all'euro, ma la posizione di una questione democratica imprescindibile." Il sogno europeo sarebbe svanito in economicismi e burocratizzazione voluti da "una certa parte di Europa". La crisi deve, però, servire proprio a rilanciare il sogno di "un'Europa diversa, federalista, rigorosa ma non autolesionista, finalmente politica."¹⁰⁰

I dubbi sulle proprie capacità di leadership e le accuse di dirigismo, scarsa partecipazione interna, vengono fortemente rigettate in diversi post che parlano di Possibile e attraverso la ripubblicazione di un articolo giornalistico. L'articolo¹⁰¹ definisce il deputato un anti-leader, una nuova tipologia di politici adatta ai nuovi contesti digitali e culturali. Civati "ama la politica e ne vuole essere protagonista ma sfugge al ruolo del capataz, proprio lo angoscia. E' l'uomo solo al non-comando, si offre come snodo, hub, ripetitore multiporta che attiva la rete." Favorire e stimolare partecipazione, co-creare e connettere; queste le nuove forma di leadership emergenti nei contesti relazionali delle reti, dove le gerarchie e i leader diventano

un ostacolo. Possibile e Civati proverebbero a mettere “in comunicazione e condivisione quello che... c’è già”. Associazioni, proposte, movimenti, soluzioni pensate globalmente e agite localmente. “Per arrivare a farne proposta di governo.” L’anti-leader si pone come piattaforma relazionale e di comunicazione, stimola partecipazione e connette.

L’enfasi sulla partecipazione è strutturale nell’offerta politica del deputato e della nuova formazione politica; la rete è metafora e strumento. Possibile, secondo il deputato, è “un *format* aperto, che mettiamo a disposizione di tutti coloro che vogliono organizzare quello spazio politico che ‘manca’”. La formazione politica funzionerà “davvero solo se sarà in grado di fare elaborazione e di promuovere mobilitazione, dando protagonismo ai cittadini e alle competenze”. Hub and Spoke sono le parole chiave ripetute di un progetto politico fondato su dinamiche partecipative di rete. “Nessun circuito chiuso, nessuna élite”. Gli elettori “devono tornare a essere protagonisti, sovrani, cittadini;”¹⁰².

Una buona parte dei post sono utilizzati, proprio, per promuovere partecipazione, attraverso le iniziative del nuovo movimento e del deputato; pubblicizzare le adesioni a Possibile e diffondere fiducia sulle possibilità di successo di questo (ad es. attraverso la ripubblicazione di entusiastiche motivazioni di tesseramento che tendono a dimostrare interesse partecipativo e passione). Una parte degli interventi discute le proposte programmatiche e prende posizione su issues, cercando di distinguersi nel panorama politico (es. migranti, scuola, diritti, Euro, Legalizzazione, Referendum, etc.).

La cultura politica del movimento viene definita attraverso scritti, spesso dal linguaggio vagamente poetico-filosofico, che tentano di stimolare passione-mobilizzazione e distinguersi.

Una citazione di Juan Carlos Monedero, intellettuale e leader di Podemos, serve a distanziarsi dalle posizioni del centro-sinistra europeo, scivolate verso destra, e ad abbracciare una cultura politica maggiormente libertaria¹⁰³.

Un post sul valore politico dell'uguaglianza definisce tematiche e posiziona chiaramente il movimento. L'uguale nel simbolo serve a indicare che la politica deve essere vissuta "alla pari... i molti si devono organizzare in modo democratico e lanciare la sfida ai pochi che detengono il potere."¹⁰⁴ E a tematizzare issues come disuguaglianze, mancanza di diritti e pari opportunità. "Uguaglianza è sinonimo di progressività fiscale, di dignità, di concorrenza leale, di laicità, di legalità, intesa come rispetto e promozione della legge. È sinonimo di scuola pubblica, di reddito minimo, di coscienza critica e civile. È sinonimo di differenza, l'uguaglianza, ma non di disparità."

Un intervento sull'innovazione schiera la nuova formazione politica contro il conservatorismo, lo spostamento a destra del centro-sinistra e, contemporaneamente, contro la sinistra nostalgica. Possibile vuole favorire l'emersione di nuove soluzioni, non riproporre asfitticamente quelle del passato o spostarsi su ideologie di destra per apparire innovativo ('due equivoci speculari'). La nuova proposta politica deve sfruttare e valorizzare la cooperazione, il coworking e l'intelligenza collettiva, tutelare spazi comuni, rigenerare diritti negati, tener conto dei consumi, rappresentare le esclusioni sociali, favorire forme di cittadinanza attiva, superare la "logica dei pochi che spartiscono a favore dei molti che condividono."

Il paternalismo, il conservatorismo e la sinistra nostalgica (“sempre più chiusa in se stessa, alla ricerca di chissà quale modello, un po’ burocratica e scientificamente incapace di comunicare con il resto del mondo”) non offrono soluzioni. “Un pensiero antico e nuovissimo insieme”, capace di recuperare tematiche storiche, ma in modo innovativo è la cultura politica necessaria per realizzare una sinistra nuova, ma di governo. “Il Possibile è passione pura e nitida razionalità, non è né calcolo né interesse. Cura, non difesa. Rispetto, non tutela.”¹⁰⁵

La passione e la mobilitazione politica sono centrali, come la capacità di immaginare un’alternativa alla politica tradizionale. Civati rigetta le accuse di essere una sorta di sognatore, attraverso la riproposizione di un post di un attivista. Contro “i politicamente adulti, assuefatti ormai alla logica secondo cui tutto è permesso, tutto è concesso in nome del governo e della gestione del potere”, valorizza ‘il metodo bambino’. La capacità di stupirsi di fronte al degrado della politica e di rilanciare una proposta alternativa pragmatica, ma capace di produrre un cambiamento concreto. “Voglio essere bambino per poter continuare a sognare e fare del mio impegno un gran bel risveglio.” Possibile vuole essere-rappresentare questa possibilità, fondarsi su una cultura pragmatica e di governo, ma capace di infervorarsi-appassionarsi e immaginare un’alternativa sociale. “Un altro mondo c’è già: va solo organizzato e promosso”, scrive Civati in un altro post rigettando l’idea “che «non ci sono alternative»”. In un intervento precedente sintetizzava lo spirito della nuova formazione politica: “Progetti per il futuro: non sottovalutare le conseguenze della passione #possibile”. Il deputato durante il discorso¹⁰⁶ alla manifestazione di lancio del movimento

cita Deleuze e Guattari (1991: 178) “Un po' di Possibile altrimenti soffoco.”

La comunicazione politica di Civati non ottiene, però, troppa attenzione dai media. Solo tre post, maggiormente tematici e critici verso il governo, vengono parzialmente ripresi da agenzie e testate digitali¹⁰⁷. Le ragioni vanno ricercate: in parte, nella forte disponibilità del deputato a rilasciare brevi dichiarazioni audiovisive e sound bite, più comode e multimediali per i giornalisti; ma ancor più nelle modalità di costruzione del racconto politico da parte di media professionali e non. I frame utilizzati (gioco elettorale e partitico) combaciano solo parzialmente con le tematiche trattate nel blog (Civati, ad esempio, non parla di possibili alleanze future o soggetti unitari della sinistra; piuttosto di mettere in relazione cittadini, militanti, associazioni, etc.).

L'immagine di se stesso e di Possibile proposta dal deputato riesce, così, solo parzialmente a influenzare la costruzione della narrazione politica. I temi e la cultura politica centrali nell'offerta comunicativa e relazionale-partecipativa di Civati; sono tutt'al più ripresi molto vagamente e succintamente nei pezzi della maggioranza dei giornalisti e dei blogger, concentrati sul confronto elettorale-politico e le dinamiche di governo.

Citazioni a effetto prese dagli scritti più vagamente poetici o i sound bite emotivi proposti da Civati riescono, al contrario, ad attirare una buona attenzione nei social media, stimolando partecipazione.

Civati e i commenti della rete (Blog e Social Media)

“Solo i molti possono cambiare gli equilibri determinati dai pochi.” (Civati, 2013¹⁰⁸)

La comunicazione politica di Civati suscita partecipazione e reazioni accese da parte dei frequentatori del blog e degli utenti dei social media.

Il politico utilizza i social media per dare visibilità ai post del proprio blog, rilanciare sound bite e pubblicizzare iniziative del nuovo movimento politico (Appendice B8). Twitter viene utilizzato, inoltre, per riproporre (retweet) contenuti provenienti da altri politici e attivisti o pubblicizzare successi e iniziative della base di Possibile. Su Facebook vengono proposti gli stessi contenuti (qualcuno in meno) in maniera maggiormente multimediale e suadente. Civati non risponde in nessuna occasione ai commenti o alle interazioni dei Fan o dei lettori del blog, attivisti e simpatizzanti a volte lo fanno al suo posto.

Le dinamiche partecipative sono leggermente diverse a secondo dello specifico spazio. I commenti sul blog sono in maggioranza di simpatizzanti o persone in cerca di chiarimenti sul movimento e sulle sue posizioni politiche (senza escludere interventi più critici). La pagina Facebook è molto frequentata sia da fan di Civati che da simpatizzanti di altri partiti; in particolare dell’M5S, mentre persone legate ad altre formazioni di sinistra non partecipano molto, se non qualche elettore del PD. I commenti sono caratterizzati da espressioni di fiducia e simpatia, come di disprezzo; si aprono alla discussione politica, ma molto più spesso alla chiusura ideologica e alla polemica accesa, anche con toni molto forti.

I tweet su Civati¹⁰⁹, per quanto se ne riscontrino anche di negativi e ironici, sono un po' più caratterizzati da riproposizioni di temi, sound bite o interventi, e attestazioni di fiducia e stima; probabilmente anche per la maggiore presenza di interazioni provenienti da elettori e attivisti della sinistra alternativa e minore di simpatizzanti di M5S (e PD).

La partecipazione dal basso si struttura (se non per i toni e, parzialmente, le argomentazioni) in maniera non dissimile dalla copertura di media informativi professionali e non. La differenza principale potrebbe risiedere in una minore presenza di argomentazioni e interazioni provenienti da culture tradizionali di destra. I frame principali che danno forma agli interventi degli utenti restano i giochi elettorali e partitici. Le alleanze politiche e le distinzioni assumono, addirittura, un ruolo maggiore.

La personalizzazione della politica esplose e la partecipazione viene caratterizzata fortemente da dinamiche fan/anti-fan, rispondenti a logiche di costruzione-espressione dell'identità personale e relazionale del partecipante e di messa in-forma di una 'comunità' politica in conflitto. La distinzione sociale si fonda, infatti, sia sui gusti, che sui 'disgusti'. "I gusti (cioè le preferenze espresse) rappresentano l'affermazione pratica di una differenza necessaria. Non a caso, quando debbono giustificarsi, si affermano in forma tutta negativa, attraverso il rifiuto opposto a gusti diversi [...] i gusti sono innanzitutto dei *disgusti*, fatti di orrore ed intolleranza viscerale ('fa vomitare') per gli altri gusti, cioè per i gusti degli altri." (Bourdieu, 1983: 56)

Gray (2003, 2005) introduce il concetto di anti-fan. Utenti che denigrano, criticano e, a volte, organizzano vere e proprie campagne contro un testo, un genere o un particolare personaggio.

Anti-fan e fan differiscono nella valutazione del testo, genere o personaggio, ma sono impegnati in attività e pratiche molto simili; e coinvolti nelle stesse dinamiche di distinzione sociale.

Gli anti-fan si definiscono attraverso il disgusto o il distacco, ma, di sovente, le stesse persone sono coinvolte in 'comunità' di fan relative ad altri testi o generi o personaggi. I gusti e le distinzioni sociali possiedono un versante 'positivo' e uno 'negativo', comprendono gusti e disgusti; e le distinzioni sociali si fondano, sempre, sulla creazione di barriere tra gruppi, attraverso processi di condivisione di gusto e di rigetto dei gusti altrui.

Le dinamiche partecipative nei social media sono caratterizzate fortemente da simili fenomeni culturali. Nel caso di Civati, rispondono a logiche di costruzione identitaria e distinzione accesa, particolarmente, gli interventi degli attivisti M5S. Gli elettori del PD sottolineano il frazionismo e la mancanza di cultura di governo della nuova formazione. La partecipazione di simpatizzanti della sinistra alternativa tende a proporre la costruzione di un'identità-comunità più ampia e a distinguerla da altre formazioni di area. I fan di Civati cercano di costruire una propria identità differenziale, distanziandosi dal PD e dalla 'sinistra nostalgica', come dai 5 Stelle (con cui si tenta, a volte, una qualche collaborazione, nonostante le forti differenze individuate).

I temi e i frame interpretativi ripresi più di sovente dagli utenti della rete sono sostanzialmente gli stessi dei media informativi professionali e non, cambiano toni e sottolineature forti di specifiche connessioni tematiche e distinzioni partitico-identitarie.

Le alleanze politiche, i temi elettorali e le distinzioni critiche dominano lo scambio di commenti tra simpatizzanti di diverse formazioni politiche. Gli attivisti 5 Stelle attaccano con forza il

deputato e la nuova formazione politica, sostenendo di essere l'unica reale alternativa di governo. Riccardo Russo invita a votare l'M5S, unica alternativa per l'Italia. "Per favore mi fate fare un paio di risate sul perché non identificate il movimento 5 stelle come salvezza di questo paese?". Davide Calloni ribadisce "Civati è un bel personaggio . E' vero. Ma perché dovrei dare il mio voto a qualcuno che si lamenta del governo ma poi i suoi voti finiranno nella coalizione di Renzi? preferisco darli a chi mi ha già dimostrato di essere coerente (il M5S)". Il tema della futura alleanza con il Partito Democratico è uno dei più utilizzati. "Cioè fai un partito diverso dal PD che poi alle elezioni confluirà comunque con il PD, a casa mia si chiama lista civetta fatta per riprendere i voti dei Piddini che ora votano 5 Stelle. Vuoi migliorare VERAMENTE questo paese? Di ai tuoi di votare 5 Stelle". Una Fan di Civati chiarisce "Non c'è scritto da nessuna parte che Possibile farà alleanze con il PD!" In un successivo commento, in risposta all'affermazione che un voto al nuovo partito è un voto sprecato, ribadisce critica "Ora anche i l M5s utilizza la storia del voto utile?", sostenendo le possibilità elettorali di Possibile. L'astio dei penta-stellati per alcuni sarebbe motivato dalla paura di perde consenso. "L'impressione è che tutto questo astio nei confronti di Civati sia dovuto al fatto che i 5s temono possa sottrarre elettori al loro movimento. Non per allarmarli ma è una possibilità concreta!!!".

I 5 Stelle argomentano sulla poca innovatività della proposta politica e la scarsa partecipazione dal basso, ma la risposta è dura. "Nel M5S comandano i cittadini? Ma se decidono Grillo e Casaleggio e fanno referendum farsa... dando l'illusione a quei 4 iscritti al blog di decidere qualcosa!". Le accuse di corruzione (anche pagamenti di tangenti) sono diffuse. Ancor più la richiesta di tagliarsi lo stipendio

o dimettersi (“Bla bla bla...ma perché Civati & Co non confluiscono nei 5 stelle anziché copiarli? Per caso non vogliono tagliarsi lo stipendio?”. “Tagliati lo stipendio e privilegi...”). I toni si fanno accesi: “annate davvero a lavorare che avete rotto le bip bip bipppppppppppppppppppppp.” I simpatizzanti di Civati sottolineano l’atteggiamento moralista e ideologico (“Uno dei motivi per cui non mi piacciono i 5 stelle, questo atteggiamento del “noi siamo gli unici giusti”); oltre a ribadire l’onestà dei politici della nuova formazione (“Le persone coinvolte in Possibile sono oneste e anche preparate con belle idee e proposte!”).

La coerenza di Civati viene altrettanto messa in dubbio. “Le porcate le ha votate o no?”. Il deputato “venendo da scuola pd, ed avendoci fino a ieri condiviso tutto, votando porcate come l’italicum, il jobsact, e praticamente tutto il resto”, sarebbe complice del sistema. Aurora Morelli replica “Dimmi quale legge avrebbe votato! CONTRO jobs act, sbloccaitalia, italicum, etc. Qualche volta si è astenuto, ma non ha mai votato a favore! Civati è di sinistra! Si può dire lo stesso di Di Battista? Non credo proprio, basta sentirlo parlare su alcuni temi e ti viene in mente Salvini!”.

Le accuse da parte dei sostenitori di Possibile sui riferimenti culturali di destra dell’M5S sono molte. Contemporaneamente, si prova a trovare una qualche intesa tematica soprattutto per i referendum (argomento molto discusso tra i simpatizzanti del movimento e capace di stimolare partecipazione dal basso). L’intesa sul tema con l’M5S a qualcuno piacerebbe. “Io non ho simpatia per i 5 stelle, ma è giusto che si dialoghi e che si cerchino soluzioni comuni per il bene di tutti.” Gli attivisti penta-stellati rigettano completamente l’idea e tanti, anche da sinistra, non sono esattamente favorevoli (“E poi...@civati che vuole fare i

Referendum assieme al #m5s ...Che schifo, mi viene il vomito ma...". "ho appena scoperto che Civati è passato al m5s e nega esistenza dell'aids."). L'interesse per i Referendum è forte, stimola partecipazione ("Io e le mie colleghe vogliamo il referendum!!diteci cosa fare per raccogliere le firme e ci prodigheremo per farlo!!!). Alcuni sottolineano, però, alcune dimenticanze nella scelta dei temi (E ancora viene completamente ignorato il CONFLITTO di INTERESSI. una "DIMENTICANZA" che ha deformato tutta la nostra Democrazia!) o l'inefficacia dello strumento (Referendum cosa completamente inutile. Risorse e tempo sprecato. Si parte male così). I commenti sulla strategia referendaria sono, comunque, nella maggioranza dei casi positivi.

Il rapporto con il PD è centrale anche nei commenti social. Le accuse di future ricomposizioni o alleanze sono molte, ma c'è anche chi spera che ciò avvenga ("cercate di dialogare col Pd per fare coalizione altrimenti le prossime politiche si perdono al 300%..."). Molti elettori del PD temono gli effetti elettorali della frantumazione della sinistra ("HO UNA RABBIA DENDRO VERSO DI CARO COMPAGNO CIVATI MA TI RENDI CONTO CHE STAI PORTAMDO VOTI. A TUTTI AL DI FUORI DEL .P.D.?"). Alcuni lanciano velate (o più aperte) accuse di tradimento o errata strategia ("la gente di sinistra si deve riprendere il pd, invece di uscirne". "che #Fassina lasci il #PD come #Civati m dispiace xché penso che le lotte si fanno all'interno dl partito nn sbattendo la porta #Possibile". "i politici serpenti sono: bertinotti che fece cadere PRODI oggi cofferati civati Fassina Mineo etc contro il PREMIER già' segretario del PD". ""Civati chi abbandona e peggio....").

L'ulteriore scivolamento a destra del Partito Democratico preoccupa molti ("I DELUSI DEL PD AVREBBERO DOVUTO ESSERE

CONVINTI DA QUELLI COME TE, A RIPRENDERSI IL PARTITO, NON A LASCIARLO IN MANO AI DEMOCRISTI.EVIDENTEMENTE FAI GLI INTERESSI DEI DEMOCRISTI”). Altri negano lo spostamento del partito (“Emorragia a sinistra perché escono Civati, Fassina e Pastorino? Abbiamo accolto 13 deputati di SEL fra cui l'ex capogruppo" @Ettore_Rosato”).

La paura più grande è, però, che la nuova formazione politica possa favorire la vittoria della destra (“purtroppo.....noi specialisti nel perdere...mi scappa da ridere”. “‘Possibile' punta a fare vincere la destra togliendo voti al PD?”.). I sostenitori di Civati replicano duramente: il politico punterebbe al contrario “a far vincere la sinistra sconfiggendo la destra, PD compreso.” Il voto utile viene rigettato. “Ma il PD è la destra! E almeno noi giovani non possiamo votare il meno peggio per paura di far vincere la destra!! Renzi è un buffone che fa fessi gli italiani a colpi di slogan”.

Il frazionismo della sinistra preoccupa, in ogni caso, molti che accusano Civati di manie di protagonismo e opportunismo. (“Dividere il partito in mille rivoli non giova a noi elettori, ma solo alla tua carriera politica.” “Salvo NON PUNTARE A NIENTE: la tua è la malattia del protagonismi, solo una pericolosa diaspora che non consente alla sinistra di essere unita e forte.....”). “La #sinistra, ancora una volta, si frantuma. A me, a causa di questo, mi si è frantumata pure la destra. (Capisci a me) @civati”. “Con tutte quelle primedonne, per costruire un nuovo soggetto politico a sinistra dovremo attendere la nuova glaciazione #Fassina #Civati”).

L’ironia sulla litigiosità della sinistra dilaga (“È ufficiale, ci sono più partiti che elettori a SINISTRA della SINISTRA.#Civati #Fassina #landini #vendola #Tsipras #Podemos”. “#Fassina entra in "Possibile" di Civati e fonda la corrente di sinistra”. “#Fassina ha

realizzato il progetto di Nanni Moretti: minoranza di una minoranza #Civati". "Fa così caldo che anche Civati e Fassina sono concordi nel dire che fa #caldo."). Le previsioni elettorali sminuenti, anche se contestate dai sostenitori di Possibile, abbondano ("Una grande #sinistra in cui confluiranno #SEL #Civati e #Fassina Totale: 0,5%." "ma ti prego....aspettavamo tutti con ansia un movimento di sinistra del 1,5%. Per questo c'è già Vendola, Rifondazione e tanti altri. Vivremo sempre della nostra "fragmentorietà".)

I commenti dei sostenitori della sinistra alternativa sono al contrario per lo più positivi; auspicano la formazione di un nuovo soggetto unitario e plurale, e credono nei possibili risultati elettorali ("Parole e concetti quelli di Civati assolutamente condivisibili. Ci sono ormai le condizioni per creare un fronte comune di forze progressiste e egalarie." ""bisogna fare presto ricostruire la sinistra ed andare a nuove elezioni"). L'astensionismo, segnalando un abbandono del PD da parte degli elettori e una forte conflittualità sociale, aprirebbe la strada ad un'alternativa di governo di 'vera' sinistra ("@civati Il nuovo soggetto politico di sinistra dovrebbe raccogliere la platea di gente che non si riconosce più negli attuali partiti."). La previsione elettorale di Civati alla Stampa è molto citata nei social media ("Civati: la sinistra Possibile vale almeno il 10% dei voti." "@GabboAntoninoN1 un area con #cofferati #fassina #civati #landini #sel e qualcun altro che uscirà può superare 10% e attirare astenuti...").

Non tutti gli utenti di sinistra sono, però, altrettanto convinti dell'iniziativa di Civati o delle possibilità di rifondare la sinistra intorno al deputato Pippo ("Sull'asse Civati-Fassina la sinistra potrà uscire dal vicolo cieco in cui è finita per infilarne subito un altro." "La Sinistra non si ricostruisce con Civati, Cofferati e Fassina.").

Uno dei temi più discussi nei social sono, infatti, la capacità di esercitare leadership di Civati. Il deputato è spesso ironicamente, o più duramente, descritto come un noioso narciso, inutile e privo di idee, indeciso e ideologico, opportunistico e attaccato alla poltrona. Una delle accuse più diffuse è quella di non essersi dimesso dal parlamento, dopo aver abbandonato il PD in cui era stato eletto (“Comoda la poltrona vero?”). La replica dei fan tende a sottolineare il tradimento da parte del partito del programma elettorale e la fedeltà a questo del deputato. Manie di protagonismo e narcisismo vengono, ugualmente, attribuite a Civati (“al momento "Possibile" mi pare tanto un soggetto Radical-Chic, personalizzato attorno alla figura di Pippo.”) Il deputato viene spesso accusato di essere indeciso, ideologico e poco pragmatico (“Civati vivi nel mondo delle favole.” “Civati come al solito apre la bocca e fa uscire il fiato.” “Civati, queste prese di posizione ideologiche puoi pure risparmiartele.” “Civati la politica del "ma anche" è finita con Veltroni ... ogni tanto una posizione prendetela!” “civati...sta sempre a meta' stada...un piede in due scarpe....”). C’è chi mette in dubbio le sue competenze (“Il lavoro di facchino in qualche mercantile sia piu consono alle tue qualità Fisiche/psichiche senza offesa ai Facchini.”); o il suo carattere (“un po presuntuoso....” “Civati fa un po ridere”).

I commenti dei suoi sostenitori sono di tutt’altro tono (“Che figo...proprio un Possibile bel leader smile emoticon.” “Civati presto leader di sinistra.” “Dal discorso equilibrato e profondo ben si comprende la dimensione umana e intellettuale di Pippo Civati. Qualcuno intorno a cui unirsi...” “Abbiamo un leader e abbiamo una linea politica chiara. Erano anni. Grazie, Pippo.”). I simpatizzanti

entusiasti cercano, contemporaneamente, di ribadire l'orizzontalità di Possibile e di avvicinare il politico al proprio vissuto ("per nulla un partito personale!" "non abbiamo un Capo Sublime cui obbedire ciecamente. Civati è solo uno di noi, uno di Possibile.")

La partecipazione dei cittadini è un altro argomento di forte discussione. I critici sottolineano alcune scelte della nuova formazione ritenute decisioniste, soprattutto per quanto riguarda il comitato scientifico ("siete proprio sicuri che non si potesse pensare un progetto un po' più inclusivo, cercando un modo più creativo di far nascere questo comitato?" "ma come è nato ? Chi li ha scelti ? E' rinnovabile? E se la base ritenesse che non è all'altezza?").

L'enfasi posta da Civati sulla partecipazione ha, infatti, creato forti attese ("Evviva la democrazia dal basso!" "L'assemblea è stata un successo. Voglia di esserci e di costruire tutti insieme un percorso per una Italia più giusta e solidale." "@civati @PBarraco @Gianpymalatesta la politica è passione ed è partecipazione").

I temi e le proposte programmatiche di Civati e di Possibile trovano un po' più di spazio nei social media, ma contemporaneamente vi sono richieste di informazioni su posizioni non chiaramente espresse (a volte in realtà chi chiede sembra non essere ben informato). I temi che suscitano maggiori discussioni sono: la scuola, la crisi dell'Euro, il welfare; trovano qualche spazio, anche, issues come: i diritti, la laicità, la legalizzazione e il lavoro.

Le richieste più ripetute di chiarimenti riguardano due temi molto sentiti dagli utenti della rete (scuola ed Euro) e, insieme, le modalità di iscrizione a Possibile e di partecipazione alla raccolta firme per i referendum. Civati non risponde direttamente, se non attraverso

prese di posizione sul blog o la collaborazione informale dei propri fan.

La partecipazione dal basso tramite reti, in sostanza, tende a seguire linee di interesse ed argomentative non dissimili da quelle proposte dai media informativi professionali e non. L'entusiasmo per la nuova formazione è forte, ma anche le critiche e i distinguo. Civati riesce di certo a stimolare passione, engagement e partecipazione. Il personaggio 'Pippo', simpatico o antipatico che risulti, suscita dibattito e risulta familiare a molti. La strategia comunicativa, fortemente basata sulla rete e sulla disintermediazione, risulta efficace; ma permette soltanto fino ad un certo punto di influenzare il racconto politico più generale. Frame e tematiche proposti da altri attori influenzano fortemente anche le interazioni che prendono forma attraverso il blog personale e i profili social del politico. Giochi elettorali e partiti, distinzioni e differenze, appartenenza e identità, Fan e Anti-fan. I social media amplificano le dinamiche di personalizzazione della politica. La partecipazione risponde maggiormente a logiche di costruzione-presentazione di identità personali e relazionali.

Il personaggio 'Pippo' si trasforma in simbolo identitario da rigettare o sfoggiare per costruire il sé e definire relazioni.

Civati e le sfere pubbliche disperse

“Un progetto che scommette finalmente sulla partecipazione e non sull’esclusione... un modo diverso di intendere la politica. Un modo disinteressato, romantico e che ha come motore una grande passione e un reale interesse per la cosa pubblica, unito però (come d’altronde è giusto), ad un sano pragmatismo. Mi raccomando quindi, non cambiate mai.”¹¹⁰⁾

La narrazione politica disseminata e dispersa in mille rivoli, abilitata dai media digitali e mobili, ha molti più attori e spazi. La moltiplicazione delle industrie culturali amplia le prospettive e i temi presenti nella sfera pubblica. La partecipazione tramite reti amplifica questo effetto, offrendo spazi di comunicazione, organizzazione e presa di parola a persone e gruppi precedentemente escluse (o parzialmente escluse). I politici possono aggirare il filtro giornalistico ed entrare in contatto direttamente con gli elettori. Participation gap e perdurante influenza delle industrie culturali limitano l’ampliamento delle prospettive e gli effetti dirompenti della mutazione in atto.

I ‘nuovi’ attori della sfera pubblica vengono influenzati da macro-frame, molto generali, proposti dai media professionali e dai politici, ormai entrati a far parte del senso comune e in grado di strutturare la partecipazione grassroots. L’incremento degli spazi comunicativi, in ogni caso, moltiplica le varianti di questi schemi molto generali.

L’immagine di Civati e di Possibili emerge attraverso ed è condizionata da queste macro-cornici di senso. Le industrie culturali tradizionali sembrano mantenere un notevole potere di definizione

e tematizzazione. Le emergenti industrie culturali digitali utilizzano criteri-notizia simili, ma offrono spazio a opinioni diverse. La dinamica sembra relativa maggiormente all'incremento di media professionali, e a specificità di singole testate, che al mezzo di distribuzione utilizzato. I politici e i partiti simbioticamente si appropriano e propongono frame generali simili, declinandoli all'interno della propria cultura di area. I blogger utilizzano tattiche non molto dissimili, proponendo esperienze e ideologie parzialmente assenti dai media professionali.

Civati, in parte, accetta questi frame; in parte, cerca di rinnovarli. La sua comunicazione tenta di ri-focalizzare l'attenzione, generare engagement e partecipazione, così da poter suscitare un cambiamento nella sfera pubblica e nella vita politica. Il tentativo si rivela efficace, ma si scontra al contempo con dinamiche culturali e relazioni di potere consolidate.

L'engagement suscita partecipazione, ma non sembra troppo in grado di influenzare il racconto politico più generale. Contemporaneamente, anche le 'nuove' industrie culturali, i blog e la partecipazione tramite social media appaiono: in parte riproporre schemi consolidati, in parte restare confinati in specifici spazi o reti relazionali. Alla moltiplicazione dei punti di vista, corrisponde l'esplosione di sfere pubbliche disparate e disperse, non sempre in grado di incidere sulla sfera pubblica più generale. Nuovi ghetti di esclusione.

La partecipazione politica non spezza necessariamente questi ghetti, anzi le logiche di distinzione e costruzione-espressione di identità politiche e relazionali, forti in rete, potrebbero contribuire a moltiplicarli.

Il nuovo movimento politico Possibile e il personaggio Civati “il dissidente” nascono all’interno di queste complesse relazioni culturali e di potere. La loro immagine e sostanza viene fortemente strutturata da queste relazioni, da macro-frame interpretativi e selettivi scelti da altri e parte del senso comune. La narrazione emotiva viene condizionata dai desideri identitari degli utenti della rete, ugualmente nati all’interno di relazioni e dinamiche culturali.

Il racconto si dissemina e disperde, ma mantiene elementi generali comuni culturalmente dati per scontati; ma in realtà, almeno parzialmente, selezionati dagli attori con maggiori risorse di potere e competenze.

Possibile e Civati sono incorniciati, messi al loro posto e classificati; riescono a smuovere alcune di queste assunzioni, ma difficilmente quelle più profonde presenti nella sfera pubblica più generale. Le opportunità partecipative e organizzative messe a disposizione dalle reti, contemporaneamente, sono il fondamento su cui il movimento e il suo leader Pippo emergono e organizzano-mobilitano in assenza di strutture di partito o burocratiche.

Senza i media digitali esisterebbe “il dissidente” Pippo?

¹ Periodo di osservazione. La prima fase della ricerca, osservazione partecipante, durerà un mese; mentre la seconda fase di ricerca due settimane. (18/05/2015-4/06/2015).

² (Entman, 1993, 2007, 2010; S. Hall et al., 1978; S. Hall, 2006; Lakoff, 2004, 2008; McCombs & Shaw, 1972; McCombs, 2004; Shaw & McCombs, 1977).

³ L'11esimo Rapporto sulla comunicazione del Censis stima una riduzione del 5% delle persone che almeno una volta a settimana leggono i quotidiani cartacei in un solo anno tra il 2012 e il 2013 (Censis-Ucsi, 2013). Il 12esimo Rapporto sulla comunicazione registra un'ulteriore calo dell'1,6% rispetto al 2013 (Censis-Ucsi, 2015).

⁴ Le vendite abbinata non vengono considerate perché si tratta di acquisti di copie digitali collegati all'abbonamento cartaceo.

⁵ Alexa è una società del gruppo Amazon che offre statistiche di navigazione in rete a livello mondiale. Dati Mag 2015.

⁶ Vedi le inchieste di Repubblica-Espresso.

⁷ Vedi Cap. 4.

⁸ Ad es. Libero.it risulta essere il quarto sito più utilizzato in Italia con quasi 2,7 milioni di utenti unici giornalieri (Audiweb Apr. 2015), ma sostanzialmente ripubblica brevi lanci d'agenzia e le notizie del connesso quotidiano online Affaritaliani, che viene considerato in quanto tale.

⁹ In questo caso vengono considerati i network complessivamente. La differenza tra una testata, un network professionale di blog e un blog collettivo è spesso, in ogni caso, negli odierni spazi comunicativi molto sottile.

¹⁰ Il rank BlogBabel viene calcolato mediante "una somma pesata dei risultati di diversi parametri, normalizzata sui valori di massimo. In pratica, ad ogni parametro associamo un certo peso." Il parametro principale è il "BlogBabel Link, un indicatore sviluppato internamente che rileva i link in ingresso pubblicati all'interno dei post (o meglio, dei feed) L'algoritmo utilizzato misura il peso relativo del valore di riferimento.... rispetto al valore massimo raggiunto dai blog nel sistema." (Retrieved Apr 16, 2015, from <http://blogbabel.liquida.it/faq/>).

¹¹ 38.700 sono i blog presenti sulla piattaforma Liquida/BlogBabel che adotta parametri d'iscrizione/cancellazione maggiormente rigidi; circa 59000 quelli indicizzati da Blogitalia.

¹² Teads, founded in 2011, is the inventor of outstream video advertising and a global monetization platform for publishers... Teads' outstream video advertising solutions encompasses a series of formats inserted deep into media content, including articles, slideshows and newsfeeds. It is changing the game within the video advertising market by creating unprecedented levels of premium inventory, which did not exist before." (Retrieved Apr 16, 2015, from <https://www.crunchbase.com/organization/teads#/entity>).

¹³ (Retrieved Apr 16, 2015, from <http://it.labs.teads.tv/top-blogs>).

¹⁴ Alexa è una società del gruppo Amazon che offre statistiche di navigazione in rete a livello mondiale e per singolo paese.

¹⁵ Circa il 18% del web era gestito tramite il software Wordpress, secondo i programmatori (Retrieved Apr 16, 2015, from <https://wordpress.org/news/2013/05/ten-good-years/>.) Ad Aprile 2015 risulterebbe utilizzato dal 25.9% dei 10 milioni di siti maggiori della rete considerati da W3Techs (Retrieved Apr 16, 2015, from http://w3techs.com/technologies/overview/content_management/all/). Wordpress.com da accesso allo stesso software senza la necessita di un host esterno. I post più letti sono disponibili all'indirizzo <http://botd.wordpress.com/top-posts/?lang=it>.

¹⁶ Ad esclusione di partiti strettamente legati a specifici territori, come quelli delle minoranze linguistiche. Per la composizione del Senato vedere <http://www.senato.it/leg/17/BGT/Schede/Gruppi/Grp.html>, per quella della Camera <http://www.camera.it/leg17/46>. Per gli archivi storici elettorali vedere <http://elezionistorico.interno.it/> (Retrieved Apr 16, 2015).

¹⁷ Sina Weibo è altrettanto, se non più popolare, ma la sua utenza si concentra quasi esclusivamente in Cina.

¹⁸ È, ad esempio, iscritto a Facebook il 50,3% dell'intera popolazione italiana, mentre soltanto il 10,1% utilizza Twitter. (Censis-Ucsi, 2015)

¹⁹ Civati, G. (2015) *Progetti per il futuro: non sottovalutare le conseguenze della passione #possibile*. (Retrieved Apr 16, 2015, from <http://www.ciwati.it/>).

²⁰ È inoltre stato membro delle Commissione Attività Produttive (Maggio 2013 - Luglio 2015) e attualmente di quella Cultura, Scienza e Istruzione.

²¹ Sappino, L. (2014) “Giuseppe Civati e la fiducia al governo ‘Ecco perché ho dovuto votare sì’”, *Espresso*. (Retrieved Apr 16, 2015, from <http://espresso.repubblica.it/palazzo/2014/02/25/news/giuseppe-civati-e-la-fiducia-al-governo-ecco-perche-ho-dovuto-votare-si-1.154902>).

²² Civati, G. (2014) *Intervento alla camera (Fiducia Governo Renzi)*. (Retrieved Apr 16, 2015, from <https://www.youtube.com/watch?v=tF0dAOmTv9M>).

²³ Sappino, L. (2014) *Espresso, Cit.*

²⁴ Civati, G. (2014) “Governo, Civati: ‘Voterei no ma non voglio lasciare il Pd’”, *Repubblica*. (Retrieved Apr 16, 2015, from http://www.repubblica.it/politica/2014/02/23/news/civati_fiducia_govern_o-79413452/). E Sappino, L. (2014) *Espresso, Cit.*

²⁵ Sandra Zampa dichiara, ad es., “Ci mancherà, me le lotte si fanno nel partito”. (F. Q. (2015) “Pippo Civati: ‘Non mi sento più di votare la fiducia a Renzi: lascio il Pd’”, *il Fatto Quotidiano*. (Retrieved Apr 8, 2015, from <http://www.ilfattoquotidiano.it/2015/05/06/pd-pippo-civati-lascio-il-gruppo-alla-camera/1656640/>))

²⁶ Civati, G. (2015) *CIAO*. (Retrieved Apr 16, 2015, from <http://www.ciwati.it/>).

²⁷ F. Q. (2015) *il Fatto Quotidiano, Cit.*

²⁸ Civati, G. (2015) *CIAO, Cit.*

²⁹ C. S. (2015) “Civati lascia il Partito Democratico”, *Corriere della Sera*. (Retrieved Apr 16, 2015, from http://www.corriere.it/politica/15_maggio_06/civati-lascia-pd-8949fe74-f3e9-11e4-8aa5-4ce77690d798.shtml).

³⁰ (*il Manifesto*, 21 Giugno 2015: 5).

³¹ (*la Repubblica*, 22 Giugno 2015: 13).

³² Civati, G. (2015) “Il Possibile”, *Ciwati*, (Retrieved Mag 10, 2015, from <http://www.ciwati.it/2015/06/25/il-possibile/>)

³³ (Civati, G. in *Corriere della Sera*, 22 Giugno 2015: 14).

³⁴ (*il Manifesto*, 21 Giugno 2015).

³⁵ (*il Manifesto*, 21 Giugno 2015: 5).

³⁶ Sappino, L. (2015) “Pippo Civati vara il suo movimento “Possibile”. Obiettivo: unire la sinistra. E si inizia con Sel.”, *l’Espresso*. (Retrieved Mag 10, 2015, from

<http://espresso.repubblica.it/palazzo/2015/06/22/news/pippo-civati-vara-la-sua-possibile-e-ora-si-prova-l-unione-con-sel-1.217975>).

³⁷ (*Il Fatto Quotidiano*, 28 Giugno 2015: 1).

³⁸ (*Corriere della Sera*, 25 Giugno 2015: 1).

³⁹ (*Il Fatto Quotidiano*, 25 Giugno 2015: 1).

⁴⁰ (*Il Foglio*, 23 Giugno 2015: 4).

⁴¹ (*Corriere della Sera*, 25 Giugno 2015: 1).

⁴² (*la Stampa*, 25 Giugno 2015: 1).

⁴³ (*Corriere della Sera*, 2 Luglio 2015: 4).

⁴⁴ (*la Stampa*, 25 Giugno 2015: 3).

⁴⁵ Turco, S. "Gianni Cuperlo e l'analisi amara sul nuovo Pd 'Verso il partito-franchising. Come le gelaterie'", *l'Espresso*. (Retrieved Mag 10, 2015, from <http://espresso.repubblica.it/palazzo/2015/06/25/news/gianni-cuperlo-e-l-analisi-amara-sul-nuovo-pd-verso-il-partito-franchising-come-le-gelaterie-1.218963>).

⁴⁶ Casadio, G. "Speranza rilancia la minoranza dem: "Se parla solo Renzi il Pd va fuorigioco", *la Repubblica*. . (Retrieved Mag 12, 2015, from http://www.repubblica.it/politica/2015/06/27/news/speranza_rilancia_la_minoranza_dem_se_parla_solo_renzi_il_pd_va_fuorigioco_-117817882/).

⁴⁷ (*L'Unità*, 2 Luglio 2015: 1).

⁴⁸ "Riforma costituzionale, la sinistra pd prepara la trincea", *il Sole 24 Ore*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <http://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2015-06-28/riforma-costituzionale-sinistra-pd-prepara-trincea-081300.shtml?uud=AClf8MI>).

⁴⁹ (*il Manifesto*, 25 Giugno 2015: 15).

⁵⁰ (*il Manifesto*, 25 Giugno 2015: 15).

⁵¹ (*il Manifesto*, 30 Giugno 2015: 15).

⁵² (*il Giornale*, 25 Giugno 2015: 4).

⁵³ "La sinistra di Fassina e Civati mette a rischio il governo Renzi", *il Giornale*. (Retrieved Mag 13, 2015, from <http://www.ilgiornale.it/news/politica/sinistra-fassina-e-civati-mette-rischio-governo-renzi-1144794.html>).

⁵⁴ "Continua la fuga dal Pd di Renzi Dopo Fassina presto altri addii", *il Giornale*. (Retrieved Mag 13, 2015, from <http://www.ilgiornale.it/news/politica/continua-fuga-pd-renzi-fassina-presto-altri-addii-1144910.html>).

⁵⁵ (*il Foglio*, 30 Giugno 2015: I).

⁵⁶ (*il Foglio*, 3 Luglio 2015: I).

⁵⁷ (*Il Fatto Quotidiano*, 2 Luglio 2015: 5).

⁵⁸ (*la Stampa*, 26 Giugno 2015: 10).

⁵⁹ “Cari Civati, Fassina, Fratoianni (e gli altri): una nuova sinistra passa dalla Grecia”, *Fanpage*. (Retrieved Mag 14, 2015, from <http://www.fanpage.it/cari-civati-fassina-fratoianni-e-gli-altri-una-nuova-sinistra-passa-dalla-grecia/>)

⁶⁰ “E Fassina al duecentesimo annuncio se ne andò davvero”, *L’Intraprendente*. (Retrieved Mag 11, 2015, from <http://www.lintraprendente.it/2015/06/e-fassina-al-duecentesimo-annuncio-se-ne-ando-davvero/>).

⁶¹ “Tutti fuggono da Renzi: ecco la sinistra “Possibile” di Civati”, *il Secolo d’Italia*. (Retrieved Apr 7, 2015, from <http://www.secoloditalia.it/2015/06/tutti-fuggono-renzi-sinistra-possibile-civati/>)

⁶² “Sel pronta a fondersi con Civati. Nasce la nuova sinistra”, *Affari Italiani*. (Retrieved Mag 11, 2015, from <http://www.affaritaliani.it/politica/sel-pronta-a-fondersi-con-civati-nasce-la-nuova-sinistra-371988.html>)

⁶³ “È nata Possibile, la “cosa di sinistra” di Pippo Civati”, *Fanpage*. (Retrieved Mag 11, 2015, from <http://www.fanpage.it/e-nata-possibile-la-cosa-di-sinistra-di-pippo-civati/>)

⁶⁴ “Possibile, Giuseppe Civati parte fra speranze e contraddizioni”, *Giornalettismo*. (Retrieved Mag 11, 2015, from <http://www.giornalettismo.com/archives/1840003/civati-possibile/>)

⁶⁵ “L’appeal politico di Possibile, alla sinistra di Renzi”, *Huffington Post*. (Retrieved Mag 11, 2015, from http://www.huffingtonpost.it/michele-di-salvo/appeal-politico-possibile-sinistra-renzi_b_7634704.html)

⁶⁶ “Nasce Possibile di Pippo Civati”, *Formiche*. (Retrieved Mag 11, 2015, from <http://formiche.net/2015/06/26/nasce-possibile-pippo-civati/>).

⁶⁷ “Voilà l’ennesima indispensabile corrente Piddi...”, *l’Intraprendente*. (Retrieved Mag 11, 2015, from <http://www.lintraprendente.it/2015/06/voila-lindispensabile-ennesima-corrente-piddi/>)

⁶⁸ Renzi e il Pd si sentono nel mirino delle procure?, *Formiche*. (Retrieved Mag 11, 2015, from <http://formiche.net/2015/06/29/renzi-il-pd-si>)

[sentono-nel-mirino-delle-procure/](#)). “È Possibile parlare di Pippo Civati?”, *Formiche*. (Retrieved Mag 11, 2015, from <http://formiche.net/2015/06/24/possibile-parlare-pippo-civati/>).

⁶⁹ “Quale personaggio politico sparirà come una meteora?”, *Globalist*. (Retrieved Mag 11, 2015, from http://www.globalist.it/Detail_News_Display?ID=75461&typeb=0&quale-personaggio-politico-sparira-come-una-meteora-)

⁷⁰ “E Fassina al duecentesimo annuncio se ne andò davvero”, *L’Intraprendente*. (Retrieved Mag 11, 2015, from <http://www.lintraprendente.it/2015/06/e-fassina-al-duecentesimo-annuncio-se-ne-ando-davvero/>). “Supercazzolaro impossibile”, *L’Intraprendente*. (Retrieved Mag 11, 2015, from <http://www.lintraprendente.it/2015/06/supercazzolaro-impossibile/>)

⁷¹ “Nasce Possibile di Pippo Civati”, *Formiche*. (Retrieved Mag 11, 2015, from <http://formiche.net/2015/06/26/nasce-possibile-pippo-civati/>). “La risposta di Possibile”, *Formiche*. (Retrieved Mag 11, 2015, from <http://formiche.net/2015/06/27/la-risposta-possibile/>)

⁷² “Scuola: Civati, referendum per mettere al posto le cose”, *il Sussidiario*. (Retrieved Mag 13, 2015, from <http://www.ilsussidiario.net/News/Politica/2015/6/26/Scuola-Civati-referendum-per-mettere-a-posto-le-cose/620576/>)

⁷³ “Anche in Capitanata 'Possibile' Il gruppo di Pippo Civati”, *Affari Italiani*. (Retrieved Mag 13, 2015, from http://www.affaritaliani.it/puglia/anche-in-capitanata-possibile-il-gruppo-di-pippo-civati-372121.html?refresh_ce). “Esodo "Possibile" in Puglia 10 dirigenti lasciano il PD”, *Affari Italiani*. (Retrieved Mag 13, 2015, from <http://www.affaritaliani.it/puglia/esodo-i-possibile-i-in-puglia-br-10-dirigenti-lasciano-il-pd-372475.html>).

⁷⁴ ““POSSIBILE” E’ PARTECIPAZIONE. GRAZIE A TUTTI PER LA VOSTRA”, *Alga News*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <https://luciogiordano.wordpress.com/2015/06/22/possibile-e-partecipazione-grazie-a-tutti-per-la-vostra/>)

⁷⁵ Vedi anche parte 2.

⁷⁶ I blogger considerati sono in numero superiore ai blog per la presenza di blog collettivi.

⁷⁷ Rintracciati tramite tag e motori di ricerca (vedi capitolo precedente).

⁷⁸ "L'unità della sinistra? Facciamo subito la Nazione dei Pellerossa", *Il confronto delle idee*. (Retrieved Mag 15, 2015, from <http://ilconfrontodelleidee.blogspot.it/2015/06/lunita-della-sinistra-facciamo-subito.html>)

⁷⁹ "Giornate capitalistiche: schiavitù, rivolta, repressione", *Sinistra Comunista Internazionale*. (Retrieved Mag 15, 2015, from <https://sinistracomunistainternazionale.files.wordpress.com/2015/06/giornate-capitalistiche-schiavitc3b9-rivolta-repressione.pdf>)

⁸⁰ "Orso: rabbia e odio esploderanno, al rogo servi e traditori", *Libre*. (Retrieved Mag 15, 2015, from <http://www.libreidee.org/2015/06/orso-rabbia-e-odio-esploderanno-al-rogo-servi-e-traditori/>).

⁸¹ ""POSSIBILE" E' PARTECIPAZIONE. GRAZIE A TUTTI PER LA VOSTRA", *Alga News*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <https://luciogiordano.wordpress.com/2015/06/22/possibile-e-partecipazione-grazie-a-tutti-per-la-vostra/>)

⁸² "DOPPIO BINARIO.", *Mondocane*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <http://fulviogrimaldi.blogspot.it/2015/06/doppio-binario-meglio-convergenze.html>)

⁸³ "Finalmente è approdato nella riserva indiana della sinistra.", *Blog di bezzifer*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <http://bezzifer.over-blog.it/2015/06/gesu-ero-convinto-che-la-gioiosa-macchina-da-guerra-fosse-stata-riposta-fra-i-cimeli-di-famglia-e-invece-eccola-rispuntare-di-nuovo>). "Fassina: Vado... non vado...", *Blog di bezzifer*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <http://bezzifer.over-blog.it/2015/06/fassina-vado-non-vado-mi-si-nota-di-piu-se-vado-oppure-se-resto-e-ogni-tanto-protesto-tanto-per-dimostrare-che-esisto-anch-io-vado-n>)

⁸⁴ "Nasce "Sinistra & Confusione": sempre lo stesso errore", *Materialismo Storico*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <http://materialismostorico.blogspot.it/2015/06/nasce-sinistra-confusione-sempre-lo.html>)

⁸⁵ "La #piramide su #Marte l'ha costruita #Fassina", *Il Temporeggiatore*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <https://temporeggiatore.wordpress.com/2015/06/24/la-piramide-su-marte-lha-costruita-fassina-pd-nasa/>)

⁸⁶ "E' Possibile! Ma è anche Fattibile? Domande per Pippo", *Le Palais Du Rire*. (Retrieved Mag 12, 2015, from

<https://lepalaisdurire.wordpress.com/2015/06/26/e-possibile-ma-e-anche-fattibile-domande-per-pippo/>

⁸⁷ “Che fai, non mi cacci?”, *Caffè News*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <http://www.caffenews.it/politica/62153/che-fai-non-mi-cacci/>)

⁸⁸ “Pd. Lascia anche Fassina”, *Tribuno del popolo*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <http://www.tribunodelpopolo.it/pd-lascia-anche-fassina/>)

⁸⁹ “Cosa hanno in comune Fassina e Civati?”, *Sostenibilitalia*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <http://emiliodalessio.blogspot.it/2015/06/cosa-hanno-in-comune-fassina-e-civati.html>)

⁹⁰ È il caso di Materialismo Storico precedentemente citato.

⁹¹ Es. “IL METODO BAMBINO”, *INDEGNO DI NOTA*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <https://danilofesta.wordpress.com/2015/06/22/il-metodo-bambino/>). “Lascio il Partito Democratico”, *Il confronto delle idee*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <http://ilconfrontodelleidee.blogspot.it/2015/06/lascio-il-partito-democratico.html>).

⁹² “Addio Fassina, Ferrero (Prc): “Da oggi Noi, Possibile, Sel e Altra Europa...”, *Prc*. (Retrieved Apr 10, 2015, from <http://www.rifondazione.it/primapagina/?p=18660>)

⁹³ “Stefano Fassina lascia il Pd.Fratoianni: Ora con lui, Civati e molti altri, al lavoro per un nuovo soggetto politico di sinistra”, *Sel*. (Retrieved Apr 10, 2015, from <http://www.sinistraecologia-liberta.it/notizie/stefano-fassina-lascia-il-pd-fratoianni-ora-con-lui-civati-e-molti-altri-al-lavoro-per-un-nuovo-soggetto-politico-di-sinistra/>).

⁹⁴ 4,981. I dati si riferiscono a Giugno 2015.

⁹⁵ Dati: nostra osservazione. (Appendice A6).

⁹⁶ Frulletti, V. (2013) “La fiducia a Letta? Decide il congresso.”, *l'Unità*. (Retrieved Apr 7, 2015, from <http://archive.partitodemocratico.it/doc/261203/civati-la-fiducia-a-letta-decide-il-congresso.htm>)

⁹⁷ Il deputato in passato affiancava al blog un sito web più ufficiale-istituzionale, ora non più disponibile.

⁹⁸ “Troppa grazia”, *Ciwati*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <http://www.ciwati.it/2015/06/29/troppa-grazia/>).

⁹⁹ “Il ricatto continuo”, *Ciwati*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <http://www.ciwati.it/2015/06/26/il-ricatto-continuo/>).

¹⁰⁰ “Se fossi Greco”, *Ciwati*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <http://www.ciwati.it/2015/06/30/se-fossi-greco/>). “Il tedesco del Sud”, *Ciwati*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <http://www.ciwati.it/2015/07/03/il-tedesco-del-sud/>).

¹⁰¹ “Civati, anti-leader di Possibile”, *Io Donna*. (Retrieved Mag 14, 2015, from <http://blog.iodonna.it/marina-terragni/2015/06/22/civati-anti-leader-di-e-possibile/>)

¹⁰² “Possibile è open”, *Ciwati*. (Retrieved Mag 14, 2015, from <http://www.ciwati.it/2015/07/01/possibile-e-open/>). “Il Comitato scientifico di Possibile”, *Ciwati*. (Retrieved Mag 14, 2015, from <http://www.ciwati.it/2015/06/26/il-comitato-scientifico-di-possibile/>)

¹⁰³ “In un vecchio baule tarlato”, *Ciwati*. (Retrieved Mag 14, 2015, from <http://www.ciwati.it/2015/06/23/in-un-vecchio-baule-tarlato/>).

¹⁰⁴ “Che cosa ci fa l’uguale nel simbolo?”, *Ciwati*. (Retrieved Mag 14, 2015, from <http://www.ciwati.it/2015/06/28/che-cosa-ci-fa-luguale-nel-simbolo/>).

¹⁰⁵ “A proposito di due equivoci speculari”, *Ciwati*. (Retrieved Mag 14, 2015, from <http://www.ciwati.it/2015/06/25/a-proposito-di-due-equivoci-speculari/>).

¹⁰⁶ “IL METODO BAMBINO”, *INDEGNO DI NOTA*. (Retrieved Mag 14, 2015, from <https://danilofesta.wordpress.com/2015/06/22/il-metodo-bambino/>). “#aderiscoapossibile”, *Ciwati*. (Retrieved Mag 14, 2015, from <http://www.ciwati.it/2015/06/22/aderiscoapossibile/>). “Progetti per il futuro: non sottovalutare le conseguenze della passione #possibile”, *Ciwati*. (Retrieved Mag 14, 2015, from <http://www.ciwati.it/2015/06/21/progetti-per-il-futuro-non-sottovalutare-le-conseguenze-della-passione-possibile/>). “Il Possibile”, *Ciwati*. (Retrieved Mag 14, 2015, from <http://www.ciwati.it/2015/06/25/il-possibile/>).

¹⁰⁷ “I referendum sulla Scuola (e non solo)”, *Ciwati*. (Retrieved Mag 14, 2015, from <http://www.ciwati.it/2015/06/26/i-referendum-sulla-scuola-e-non-solo/>). “Vi ricordate di Ismail?”, *Ciwati*. (Retrieved Mag 14, 2015, from <http://www.ciwati.it/2015/06/23/vi-ricordate-di-ismail/>). “Il tedesco del Sud”, *Ciwati*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <http://www.ciwati.it/2015/07/03/il-tedesco-del-sud/>).

¹⁰⁸ Frulletti, V. (2013) “La fiducia a Letta? Decide il congresso.”, *l’Unità*. (Retrieved Apr 7, 2015, from

<http://archive.partitodemocratico.it/doc/261203/civati-la-fiducia-a-letta-decide-il-congresso.htm>)

¹⁰⁹ Nel periodo di riferimento sono stati effettuati 440 commenti sul blog e 2275 su Facebook. I tweets relativi al personaggio politico risultano essere 9475.

¹¹⁰ “#aderiscoapossibile a 18 anni”, *Ciwati*. (Retrieved Mag 12, 2015, from <http://www.ciwati.it/2015/06/28/aderiscoapossibile-a-18-anni/>).

Bibliografia

- Abercrombie, N., & Longhurst, B. J. (1998a) "Audience diffusa tra spettacolo, narcisismo, immaginazione, e comunità", in *Audiences. A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage (Tr. It. in Andò, R. (Eds) *Audience Reader. Saggi e riflessioni sull'esperienza di essere audience*. Milano: Guerini. 2007).
- Abercrombie, N., & Longhurst, B. J. (1998b) *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage.
- Abruzzese, A., & Ferraresi, M. (Eds.) (2009) *Next. Identità tra consumo e comunicazione*. Bologna: Lupetti.
- Agamben, G. (1999) *Potentialities*. Stanford: Stanford University Press.
- Agre, P. E. (2004) "The Practical Republic: Social Skills and the Progress of Citizenship", in A. Feenberg & D. Barney (Eds.), *Community in the Digital Age.*, 201–23. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Alfano Miglietti, F. (1997) *Identità mutanti. Dalla piega alla piaga: esseri delle contaminazioni contemporanee*. Genova: Costa & Nolan.
- Althusser, L. (1971) *On the Reproduction of Capitalism: Ideology and Ideological State Apparatuses*. London: New Left Book.
- Althusser, L. (1974a) *Leggere Il Capitale*. Milano: Feltrinelli.
- Althusser, L. (1974b) *Per Marx*. Roma: Editori Riuniti.
- Althusser, L. (2008) *On Ideology*. London: Verso.
- Anderson, B. (1996) *Comunità immaginate. Origini e diffusione dei nazionalismi*. Roma: Manifestolibri.
- Anderson, C., & Wolff, M. (2010) "The Web Is Dead. Long Live the Internet", *Wired*. (Retrieved July 9, 2014, from http://www.wired.com/2010/08/ff_webrip/all/1 2010).
- Andò, R. (2007) *Audience Reader. Saggi e riflessioni sull'esperienza di essere audience*. Milano: Guerini.

- Andò, R., & Marinelli, A. (2009) "Perché studiare il fandom? Obiettivi e metodi della ricerca sulle audience", in S. Monaci & B. Scifo (Eds.), *Sociologia 2.0 Pratiche Sociali E Metodologie Di Ricerca Sui Media Partecipativi*. Napoli: Scriptaweb.
- Andrejevic, M. (2004) *Reality TV: the work of being watched*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Andrejevic, M. (2008) "Watching Television Without Pity: The Productivity of Online Fans", *Television & New Media*, 9(1), 24–46.
- Andrejevic, M. (2013) *Infoglut*. London - New York: Routledge.
- Ang, I. (1985) *Watching "Dallas": Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Methuen.
- Appadurai, A. (Ed.) (1986) *The social life of things. Commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Appadurai, A. (1996) *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press (Tr. It. Modernità in polvere. Roma: Meltemi. 2001).
- Appadurai, A. (1998) "Dead Certainty. Ethnic Violence in the Era of Globalization", *Public Culture*, 10(2), 225–247.
- Bakhtin, M. (1968) *Rebels and His World*. Cambridge: MIT Press.
- Bakhtin, M. (1981) *The dialogic imagination*. Austin: University of Texas Press.
- Bakhtin, M. (1994) *Bakhtin Reader*. London: Edward Arnold.
- Bang, H. P. (2009) "'Yes we can': Identity politics and project politics for a late-modern world", *Urban Research & Practice*, 2(2), 117–137.
- Barber, B. R. (2003) "Which Technology and Which Democracy?", in H. Jenkins & D. Thorburn (Eds.), *Democracy and New Media.*, 33–48. Cambridge: MIT Press.
- Barber, B. R. (2004) *Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age*. Berkeley: University of California Press.

- Barthes, R. (1973) *S/Z*. Torino: Einaudi.
- Barthes, R. (1974) *Miti d'oggi*. Torino: Einaudi.
- Barthes, R. (1975) *Il piacere del testo*. Torino: Einaudi.
- Barthes, R. (1999) *Variazioni sulla scrittura*. Torino: Einaudi.
- Bateson, G. (1989) *Naven. Un rituale di travestimento in Nuova Guinea*. Torino: Einaudi.
- Baum, M. A. (2003) *Soft News Goes to War*. Princeton: Princeton University Press.
- Baym, N., & Burnett, R. (2009) "Amateur experts: International fan labour in Swedish independent music", *International Journal of Cultural Studies*, 12, 433–449.
- Benjamin, W. (1971) *Il dramma barocco tedesco*. Torino: Einaudi.
- Benjamin, W. (2000) *I "passages" di Parigi*. Torino: Einaudi.
- Bentivegna, S. (2002) *Politica e nuove tecnologie della comunicazione*. Roma-Bari: Laterza.
- Berardi, F. (2009) *Precarious Rhapsody: Semiocapitalism and the Pathologies of the Post-alpha Generation*. London: Minor Compositions.
- Berger, P. L., & Luckman, T. (1969) *La realtà come costruzione sociale*. Bologna: il Mulino.
- Boccia Artieri, G. (2012) "Productive publics and transmedia participation", *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*, 9(2), 448–468.
- Boccia Artieri, G., & Valeriani, A. (2013) "'Racconto le rivoluzioni. Dal basso" Il caso di @tigella tra giornalismo, attivismo, social media curation e celebrità online", *Mediascapes journal*, 1, 11–26.
- Bollas, C. (1993) *Being a character. Psychoanalysis and self experience*. London - New York: Routledge.

- Bolter, J. D., & Grusin, Richard (1999) *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Bourdieu, P. (1983) *La distinzione. Critica sociale del gusto*. Bologna: il Mulino.
- Bourdieu, P. (1986) "The forms of capital", in J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood.
- Bowlby, R. (1985) *Just Looking*. London: Methuen.
- Boyd, D. (2007) "Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life", in D. Buckingham (Ed.), *Youth, Identity, and Digital Media*. Cambridge: MIT Press.
- Broersma, M., & Graham, T. (2012) "Social media as beat: tweets as a news source during the 2010 British and Dutch elections.", *Journalism Practice*, 6(3), 403–419.
- Buckingham, D. (1987) *Public Secrets. "EastEnders" and its Audience*. London: British Film Institute.
- Butler, J. (1993) *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of "Sex"*. London - New York: Routledge.
- Butler, J., Laclau, E., & Žižek, S. (2000) *Contingency, Hegemony, Universality*. London: Verso.
- Caillois, R. (1981) *I giochi e gli uomini: la maschera e la vertigine*. Milano: Bompiani.
- Caillois, R. (1991) "Teoria della festa", in G. Bataille (Ed.), *Il Collegio Di Sociologia: 1937-1939*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Campbell, C. (1987) *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. Oxford: Blackwell (Tr. It. L'etica romantica e lo spirito del consumismo moderno. Roma: Lavoro. 1992).
- Camus, A. (2001) *Il mito di Sisifo*. Torino: Bompiani.
- Canevacci, M. R. (2000) *Antropologia della comunicazione visuale: feticci, merci, pubblicità, cinema, corpi, videoscape*. Roma: Meltemi.

- Canevacci, M. R. (2007) *Una stupita fatticità*. Milano: Costa & Nolan.
- Carpentier, N. (2009) "Participation Is Not Enough: The Conditions of Possibility of Mediated Participatory Practices", *European Journal of Communication*, 24(4), 407–420.
- Carpentier, N. (2012) *Media and Participation a Site of Ideological-democratic Struggle*. Bristol: Intellect.
- Castelletti, M. (2003) *Marketing di relazione*. Milano: Il Sole 24 ore.
- Castells, M. (2001) *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford: Oxford University Press (Tr. It. Galassia Internet. Milano: Feltrinelli. 2002).
- Castells, M. (2004) *The Power of Identity*. Oxford: Blackwell.
- Castells, M. (2007) "Communication, Power and Counter-power in the Network Society", *International Journal of Communication*, 1, 238–266 (Tr. It. Comunicazione, Potere e Contropotere nella network society. Roma: Reset.).
- Castells, M. (2009a) *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press (Tr. It. Comunicazione e Potere. Milano: Università Bocconi Editore. 2009).
- Castells, M. (2009b) "Of walls and flows: an interview with Manuel Castells", *Occupied London*. (Retrieved May 16, 2015, from <http://www.occupiedlondon.org/castells/>).
- Castells, M. (2012) *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Cambridge: Polity Press.
- Castells, M. (2013) "Digital Networks and the Culture of Autonomy: Introduction to the 2013 Edition", in *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Castells, M., Fernández-Ardèvol, M., Qiu, J. L., & Sey, A. (2006) *Mobile Communication and Society*. Cambridge: MIT Press (Tr. It. Mobile communication e trasformazione sociale. Milano: Guerini. 2008).
- Censis-Ucsi (2013) *Undicesimo Rapporto sulla comunicazione*.

- Censis-Ucsi (2015) *Dodicesimo Rapporto sulla comunicazione*.
- Clarke, G. (1981) "Defending Ski-Jumpers: A Critique of Theories of Youth Subcultures", in K. Gelder (Ed.), *The Subcultures Reader (2005)*. London - New York: Routledge.
- Clarke, J. (1976) "The Skinheads and the Magical Recovery of Community", in S. Hall & T. Jefferson (Eds.), *Resistance through Rituals.*, London. Hutchinson.
- Clifford, J. (1997) "Verità Parziali", in J. Clifford & G. Marcus (Eds.), *Scrivere Le Culture. Poetiche E Politiche in Etnografia*. Roma: Meltemi.
- Clifford, J. (2000) *I frutti puri impazziscono. Etnografia, letteratura e arte nel secolo XX*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Clifford, J., & Marcus, G. (1997) *Scrivere le culture. Poetiche e politiche in etnografia*. Roma: Meltemi.
- Clough, P. (2003) "Affect and Control. Rethinking the Body 'Beyond Sex and Gender", *Feminist Theory*, 4(3), 359–364.
- Codeluppi, V. (1992) *Consumo e comunicazione. Merci, messaggi e pubblicità nelle società contemporanee*. Milano: Franco Angeli.
- Cohen, A. (1974) "La lezione dell'etnicità", in V. Maher (Ed.), *Questioni Di Etnicità (1994)*. Torino: Rosenberg & Sellier.
- Cohen, S. (1980) "Symbols of Trouble", in K. Gelder (Ed.), *The Subcultures Reader (2005)*. London - New York: Routledge.
- Cohen, S. (2002) *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers*. London - New York: Routledge.
- Couldry, N., Livingstone, S., & Markham, T. (2010) *Media Consumption and Public Engagement: Beyond the Presumption of Attention*. Basingstoke - New York: Palgrave Macmillan.
- Dahl, R. (1956) *A Preface to Democratic Theory*. Chicago: The University of Chicago Press.

- Dahl, R. (1971) *Poliarchy. Participation and oppositon*. New Haven: Yale University Press (Tr. It. Poliarchia. Partecipazione e opposizione nei sistemi politici. Milano: Franco Angeli. 1986).
- Dahl, R. (2000) *On Democracy*. New Haven: Yale University Press.
- Dahlgren, P. (1995) *Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media*. London: Sage.
- Dahlgren, P. (2005) "The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation", *Political Communication*, 22(2), 147–162.
- Dahlgren, P. (2006) "Doing citizenship. The cultural origins of civic agency in the public sphere", *Cultural Studies*, 9(3), 267–286.
- Dahlgren, P. (2009) *Media and Political Engagement: Citizens, Communication and Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dahlgren, P. (2011) "Young Citizens and Political Participation Online Media and Civic Cultures", *Taiwan Journal of Democracy*, 7(2), 11–25.
- Dahlgren, P. (2013) *The Political Web: Media, Participation and Alternative Democracy*. Basingstoke - New York: Palgrave Macmillan.
- de Certeau, M. (1984) *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press.
- Debord, G. (1967) *La Société du spectacle*. Paris: Buchet-Chastel (Tr. It. La società dello spettacolo. Milano: Baldini e Castoldi. 2001).
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1991) *Qu'est-ce que la philosophie?* Paris: Les éditions de Minuit (Tr. It. Che cos'è la filosofia?. Torino: Einaudi. 1996).
- Della Porta, D. (2013) *Can Democracy Be Saved: Participation, Deliberation and Social Movements*. Cambridge: Polity Press.
- Della Porta, D., & Diani, M. (2006) *Social Movements: An Introduction*. Oxford: Wiley-Blackwell.

- Della Porta, D., & Mosca, L. (2005) "Global-net for Global Movements? A Network of Networks for a Movement of Movements", *Journal of Public Policy*, 25(1), 165–90.
- Della Porta, D., & Mosca, L. (2009a) "Unconventional Politics Online", in *Democracy in Social Movements*. London: Palgrave Macmillan.
- Della Porta, D., & Mosca, L. (2009b) "Searching the Net. Websites' Qualities in the Global Justice Movement", *Information, Communication and Society*, 12, 771–792.
- Della Porta, D., Peterson, A., & Reiter, H. (Eds.) (2006) *The Policing of Transnational Protest*. Farnham: Ashgate Publishing.
- Diani, M. (2003) "Networks and Social Movements", in M. Diani & D. McAdam (Eds.), *Social Movements and Networks*. Oxford: Oxford University Press.
- Diani, M. (2004) "Networks and participation.", in D. Snow, S. Soule, & H. Kriesi (Eds.), *The Blackwell Companion to Social Movements*. Oxford: Blackwell.
- Douglas, M., & Isherwod, B. (1984) *Il mondo delle cose*. Bologna: il Mulino.
- Downs, A. (1957) *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper & Row.
- Dryzek, J. S. (2000) *Deliberative Democracy and Beyond*. Oxford: Oxford University Press.
- Dryzek, J. S. (2010) *Foundations and Frontiers of Deliberative Governance*. Oxford: Oxford University Press.
- Durkheim, É. (1893) *La divisione del lavoro sociale*. Torino: Einaudi.
- Eco, U. (1995) *Faith in fakes: travels in hyperreality*. London: Minerva.
- Edelman, M. (1987) *Gli usi simbolici della politica*. Napoli: Guida.
- Elias, N. (1956) "Problems of Involvement and Detachment", *The British Journal of Sociology*, 7(3), 226–252.

- Elias, N. (1987) *Involvement and Detachment*. Oxford: Blackwell.
- Elster, J. (1983) *Ulisse e le sirene. Indagini sulla razionalità e l'irrazionalità*. Bologna: il Mulino.
- Elster, J. (1998) *Deliberative Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Entman, R. M. (1993) "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm", *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Entman, R. M. (2004) *Projections of Power. Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago: University Of Chicago Press.
- Entman, R. M. (2007) "Framing Bias: Media in the Distribution of Power", *Journal of Communication*, 57(1), 163–173.
- Entman, R. M. (2010) "Media framing biases and political power: Explaining slant in news of Campaign 2008", *Journalism*, 11(4), 389–408.
- Eurispes (2015) *Rapporto Italia 2015*.
- Ewen, S., & Ewen, E. (1982) *Channels of desire. Mass images and the shaping of American consciousness*. New York: McGraw-Hill.
- Farrer, J. (1999) "Disco "Super-Culture". Consuming foreign sex in the Chinese disco", in K. Gelder (Ed.), *The Subcultures Reader (2005)*. London - New York: Routledge.
- Featherstone, M. (1991) *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage (Tr. It. Cultura del consumo e postmodernismo. Roma: Seam. 1994).
- Fidler, R. F. (1997) *Mediamorphosis: Understanding New Media*. London: Sage.
- Fishkin, J. S. (1991) *Democracy and Deliberation. New Directions for Democratic Reform*. New Haven: Yale University Press.
- Fishkin, J. S. (2009) *When the People Speak. Deliberative Democracy & Public Consultation*. Oxford: Oxford University Press.

- Fiske, J. (1987) *Television Culture*. London: Methuen.
- Fiske, J. (1989a) *Understanding Popular Culture*. London - New York: Routledge.
- Fiske, J. (1989b) *Reading the Popular*. Boston: Unwin Hyman.
- Fiske, J. (1989c) "Moments of Television. Neither the Text not the Audience", in E. Seiter, U. Tübingen, & A. für Amerikanistik (Eds.), *Remote Control. Television, Audiences, and Cultural Power*. London - New York: Routledge (Tr. It. "Momenti di televisione" in Andò, R. (Ed.) Audience Reader. Saggi e riflessioni sull'esperienza di essere audience. Milano: Guerini. 2007).
- Fiske, J. (1992) "The Cultural Economy of Fandom", in L. A. Lewis (Ed.), *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*. London - New York: Routledge (Tr. It. "L'economia culturale del fandom", in Andò, R. (Ed.) Audience Reader. Saggi e riflessioni sull'esperienza di essere audience. Milano: Guerini. 2007).
- Fiske, J. (1993) *Power plays, power works*. London - New York: Verso.
- Fiske, J. (1996a) "Opening the Hallway: Some Remarks on the Fertility of Stuart Hall's Contribution to Critical Theory", in D. Morley & K. H. Chen (Eds.), *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*. London - New York: Routledge.
- Fiske, J. (1996b) *Media Matters: Race and Gender in US Politics*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Foucault, M. (1963) "A Preface to Transgression", in *Foucault (1998)*. New York: The New Press.
- Foucault, M. (1972) "Sulla giustizia popolare. Dibattito con I maoisti", in *Foucault (1977)*. Torino: Einaudi.
- Foucault, M. (1975a) "Conversazione sulla prigione", in *Foucault (1977)*. Torino: Einaudi.
- Foucault, M. (1975b) "Potere-corpo", in *Foucault (1977)*. Torino: Einaudi.

- Foucault, M. (1976a) *La volontà de savoir*. Paris: Gallimard (Tr. It. La volontà di sapere. Storia della sessualità (Vol.1). Milano: Feltrinelli. (2001)).
- Foucault, M. (1976b) "Corso del 14/01/1976", in *Foucault (1977)*. Torino: Einaudi.
- Foucault, M. (1978a) "Governmentality", in *Foucault (2001)*. New York: The New Press.
- Foucault, M. (1978b) "Tecnologie del Sé e sessualità", in *Foucault (2008)*. Milano: Feltrinelli.
- Foucault, M. (1982) "The Subject and Power", in *Foucault (2001)*., 326–348. New York: The New Press.
- Foucault, M. (1984) "Libertà e identità", in *Foucault (2008)*. Milano: Feltrinelli.
- Foucault, M. (2005) *La nascita della biopolitica. Corso al Collège de France (1978-1979)*. Milano: Feltrinelli.
- Freud, S. (1917) "Introduzione alla Psicanalisi", in *Opere XI*. Torino: Boringhieri.
- Garnham, N. (2000) *Emancipation, the Media, and Modernity: Arguments about the Media and Social Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Gee, J. (2004) *Situated Language and Learning*. London - New York: Routledge.
- Geertz, C. (1973) *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books (Tr. It. Interpretazione di culture. Bologna: il Mulino. (1998)).
- Geertz, C. (1998) *Interpretazione di culture*. Bologna: il Mulino.
- Gerbaudo, P. (2012) *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. London: Verso.
- Giddens, A. (1985) *The Nation-State and Violence*. Cambridge: Polity Press.

- Giddens, A. (1986) *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*. Berkeley: University of California Press (Tr. It. La costituzione della società. Lineamenti di teoria della strutturazione. Milano: Edizioni Comunità. 1990).
- Giddens, A. (1990) *The Consequences of Modernity*. Palo Alto: Stanford University Press (Tr. It. Le conseguenze della modernità. Bologna: il Mulino. 1994).
- Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (1993) *New Rules of Sociological Method*. Palo Alto: Stanford University Press.
- Graber, D. (1996) "I nuovi media e gli elettori", in S. Bentivegna (Ed.), *Comunicare Politica Nel Sistema Dei Media*. Genova: Costa & Nolan.
- Gramsci, A. (1975) *Quaderni del Carcere*. Torino: Einaudi.
- Gray, J. (2003) "New audiences, new textualities. Anti-fans and non-fans", *International Journal of Cultural Studies*, 6, 64–81.
- Gray, J. (2005) "Antifandom and the Moral Text: Television Without Pity and Textual Dislike", *American Behavioral Scientist*, 48, 840–858.
- Gray, J. (2008) "Television pre-views and the meaning of hype", *International Journal of Cultural Studies*, 11, 33–49.
- Grossberg, L. (1992a) *We Gotta Get Out of this Place: Popular Conservatism and Postmodern Culture*. London - New York: Routledge.
- Grossberg, L. (1992b) "Is there a Fan in the House? The Affective Sensibility of Fandom", in L. A. Lewi (Ed.), *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media Fan Culture and Popular Media*. London - New York: Routledge.
- Grossman, L. K. (1997) *La repubblica elettronica*. Roma: Editori Riuniti.

- Habermas, J. (1962) *Strukturwandel der Öffentlichkeit, Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Darmstadt: Luchterhand (Tr. It. Storia e critica dell'opinione pubblica. Roma-Bari: Laterza. 1971).
- Habermas, J. (1981) *Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt: Suhrkamp (Tr. It. Teoria dell'agire comunicativo. Bologna: Il Mulino. 1986).
- Habermas, J. (1990) "Prefazione alla nuova edizione", in *Strukturwandel Der Öffentlichkeit, Untersuchungen Zu Einer Kategorie Der Bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt/Main: Suhrkamp (Tr. It. Storia e critica dell'opinione pubblica. Roma-Bari: Laterza. 2002).
- Habermas, J. (1992) *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstats*. Frankfurt/Main: Suhrkamp (Tr. It. Fatti e Norme. Contributi a una teoria discorsiva del diritto e della democrazia. Milano: Guerini. 1996).
- Hall, C. (2005) *The Trouble With Passion: Political Theory Beyond the Reign of Reason*. London - New York: Routledge.
- Hall, S. (1958) "A Sense of Classlessness", *Universities & Left Review*.
- Hall, S. (1979) "The Great Moving Right Slow", *Marxism Today* (Tr. It. In Hall (2006)).
- Hall, S. (1980a) "Cultural studies: two paradigms", *Media, Culture & Society*, 2, 57–72.
- Hall, S. (1980b) "Race, Articulation, and Societies Structured in Dominance", in A. Baker & et al. (Eds.), *Black British Cultural Studies: A Reader*,. Chicago: University Of Chicago Press.
- Hall, S. (1980c) "Introduction to Media Studies at the Centre", in S. Hall, D. Hobson, D. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language*. London - New York: Routledge.

- Hall, S. (1980d) "Encoding and Decoding", in S. Hall, D. Hobson, D. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language*. London - New York: Routledge (Tr. It. In Hall (2006)).
- Hall, S. (1980e) "Cultural Studies and the Centre: some problematics and problems", in S. Hall, D. Hobson, D. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language*. London - New York: Routledge.
- Hall, S. (1981) "Notes on Deconstructing the 'Popular'", in R. Samuel (Ed.), *People's History and Socialist Theory*. London: Routledge (Tr. It. In Hall (2006)).
- Hall, S. (1983) "The Problem of Ideology. Marxism without guarantees", in B. Matthews (Ed.), *Marx, 100 Years On*. London: Lawrence and Wishart (Tr. It. In Hall (2006)).
- Hall, S. (1984) "The Crisis of Labourism", in J. Curran (Ed.), *The Future of the Left*. Cambridge: Polity Press (Tr. It. In Hall (2006)).
- Hall, S. (1985) "Signification, Representation, Ideology", *Critical Studies in Mass Communication*, 2.
- Hall, S. (1986a) "On Postmodernism an Articulation: An Interview with Stuart Hall", *Journal of Communication Inquiry*, 10, 45–60 (Tr. It. In Hall (2006)).
- Hall, S. (1986b) "Gramsci's Relevance for the Study of Race and Ethnicity", *Journal of Communication Inquiry*, 10, 5–27 (Tr. It. In Hall (2006)).
- Hall, S. (1987) "Gramsci and US", *Marxism Today*.
- Hall, S. (1988) "New Ethnicities", in K. Mercer (Ed.), *Documents 7: Black Film, British Cinema*. London: Institute of Contemporary Art (Tr. It. In Hall (2006)).
- Hall, S. (1989a) "Authoritarian Populism. A Reply to Jessop", in R. Jessop, K. Bonnet, S. Bromley, & T. Ling (Eds.), *Thatcherism. A Tale of Two Nations*. Cambridge: Polity Press (Tr. It. In Hall (2006)).

- Hall, S. (1989b) "The Meanings of New Times", in S. Hall & M. Jacques (Eds.), *New Times*. London: Lawrence and Wishart (Tr. It. In Hall (2006)).
- Hall, S. (1989c) "Cultural Identity and Diaspora", *Framework. The Journal of Cinema and Media*.
- Hall, S. (1992) "Cultural Studies and its Theoretical Legacies", in L. Grossberg, C. Nelson, & P. A. Treichler (Eds.), *Cultural Studies*. London - New York: Routledge (Tr. It. In Hall (2006)).
- Hall, S. (1995) "Negotiating Caribbean Identities", *New Left Review*.
- Hall, S. (1996) "Who Needs "Identity"?", in S. Hall & P. du Gay (Eds.), *Questions of Cultural Identity*. London: Sage (Tr. It. In Hall (2006)).
- Hall, S. (1997a) "The Centrality of Culture", in K. Thompson (Ed.), *Media and Cultural Regulation*. London: Sage.
- Hall, S. (1997b) "The Spectacle of the "Others"", in S. Hall (Ed.), *Representation. Cultural Representation and Signifying Practices*. London: Sage.
- Hall, S. (1997c) "The Local and the Global - Globalization and Ethnicity", in A. D. King (Ed.), *Culture, Globalization and the World-System*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Hall, S. (1997d) "Old and New Identities. Old and New Ethnicities", in A. D. King (Ed.), *Culture, Globalization and the World-System*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Hall, S. (1997e) "The Work of Representation", in S. Hall (Ed.), *Representation. Cultural Representation and Signifying Practices*. London: Sage.
- Hall, S. (2005) "New Labour's Double-shuffle", *The Review of Education, Pedagogy, and Cultural Studies*, 27, 319–335.
- Hall, S. (2006) *Politiche del quotidiano, Culture, identità e senso comune*. Milano: il Saggiatore.

- Hall, S. (2007) *La cultura e il potere. Conversazione sui cultural studies*. Roma: Meltemi.
- Hall, S., Clarke, J., Jefferson, T., & Roberts, B. (1976) "Subcultures, Cultures And Class: A theoretical overview", in S. Hall & T. Jefferson (Eds.), *Resistance through Rituals*. London: Hutchinson.
- Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J., & Roberts, B. (1978) *Policing the Crisis. Mugging, the State, and Law and Order*. London: Macmillan.
- Hall, S., Osbourne, P., & Sagal, L. (1997) "Interview with Stuart Hall. Culture and Power", in R. D. Torres, L. F. Mirón, & J. X. Inda (Eds.), *Race, Identity, and Citizenship*. Oxford: Blackwell.
- Hall, S., & Schwarz, B. (2007) "Living with Difference", *Soundings*.
- Hardt, M., & Negri, A. (2001) *Empire*. Cambridge: Harvard University Press.
- Harris, H., Moffitt, K., & Squires, C. (Eds.) (2010) *The Obama Effect: Multidisciplinary Renderings of the 2008 Campaign*. Albany: SUNY Press.
- Hayek, F. (1960) *The Constitution of Liberty*. Chicago: University of Chicago Press (Tr. It. La società libera. Firenze: Valecchi. 1971).
- Hebdige, D. (1979) *Subculture. The meanings of Style*. London: Methuen (Tr. It. Sottocultura. Il fascino di uno stile innaturale. Genova: Costa & Nolan. 1990).
- Hebdige, D. (2002) *Hiding in the Light. On Images and Things*. London - New York: Routledge.
- Held, D. (1996) *Models of Democracy*. Cambridge: Polity Press (Tr. It. Modelli di democrazia. Bologna: il Mulino. 1997).
- Held, D. (2006) *Models of Democracy (Third Edition)*. Cambridge: Polity Press.

- Hetherington, K. (2000) "Blank Figures in the Countryside", in K. Gelder (Ed.), *The Subcultures Reader (2005)*. London - New York: Routledge.
- Hills, M. (2002) *Fan Cultures*. London - New York: Routledge.
- Hills, M. (2005a) "Patterns of Surprise: The Aleatory Object" in Psychoanalytic Ethnography and Cyclical Fandom", *American Behavioral Scientist*, 48, 801–821.
- Hills, M. (2005b) *The Pleasures of Horror*. London - New York: Continuum.
- Hirschman, A. O. (1982) *Shifting involvements: private interest and public action*. Princeton: Princeton University Press.
- Hobson, D. (1980) "Housewives and Mass Media", in S. Hall, D. Hobson, D. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language*. London - New York: Routledge.
- Hobson, D. (1982) *"Crossroads": The Drama of a Soap Opera*. London: Methuen.
- Hodge, R., & Tripp, D. (1986) *Children and Television*. Cambridge: Polity Press.
- Hodkinson, P. (2002) "Communicating Goth: On-line Media", in K. Gelder (Ed.), *The Subcultures Reader*. London: Routledge.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1947) *Dialektik der Aufklärung*. Amsterdam: Querido (Tr. It. Dialettica dell'illuminismo. Torino: Einaudi. 1997).
- Hunt, L. A. (1995) *La rivoluzione francese. Politica, cultura, classi sociali*. Bologna: il Mulino.
- Huntington, S. (1975) "The United States", in M. Crozier, S. Huntington, & J. Watakuni (Eds.), *The Crisis of Democracy*. New York: New York University Press.
- Irwin, J. (1970) "Notes on the Status of the Concept Subculture", in K. Gelder (Ed.), *The Subcultures Reader*. London - New York: Routledge.

- Istat (2013) *La partecipazione politica in Italia*.
- Istat (2014) *I cittadini e le nuove tecnologie*.
- Jameson, F. (1991) *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press (Tr. It. Postmodernismo. La logica culturale del tardo capitalismo. Roma: Fazi. 2007).
- Jarrett, K. (2008) "Interactivity is Evil! A critical investigation of Web 2.0", *First Monday*, 13(3-3).
- Jenkins, H. (1988) "Star Trek rivisitato, riletto, riscritto", in *Fans, Bloggers, and Gamers. Exploring Participatory Culture*. New York: NYU Press.
- Jenkins, H. (1992a) *Textual Poachers. Television fans and participatory cultures*. London - New York: Routledge.
- Jenkins, H. (1992b) "Get a Life! Fans, Poachers, Nomads", in *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Cultures*. London - New York: Routledge (Tr. It. in Andò, R. (Eds) Audience Reader. Saggi e riflessioni sull'esperienza di essere audience. Milano: Guerini. 2007).
- Jenkins, H. (2002) "Audiences interattive", in *Fans, Bloggers, and Gamers. Exploring Participatory Culture*. New York: NYU Press.
- Jenkins, H. (2006a) *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press (Tr. It. Cultura convergente. Milano: Apogeo. 2007).
- Jenkins, H. (2006b) "In Yoyogi Park", *Confessions of Aca/Fan*. (Retrieved February 3, 2014, from http://henryjenkins.org/2006/11/in_yoyogi_park.html).
- Jenkins, H. (2007) "Transmedia Storytelling 101", *Confessions of Aca/Fan*. (Retrieved March 2, 2014, from http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html).
- Jenkins, H. (2008) "Cosmopolitismo Pop. La mappa dei flussi culturali nell'epoca della convergenza dei media", in *Fans, Bloggers, and Gamers. Exploring Participatory Culture*. New York: NYU Press.

- Jenkins, H. (2009) *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Cambridge: MIT Press (Tr. It. Culture partecipativa e competenze digitali. Media education per il XXI secolo. Milano: Guerini. 2010).
- Jenkins, H., & Carpentier, N. (2013) "Theorizing participatory intensities. A conversation about participation and politics", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 19(3), 265–286.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013) *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. London - New York: NYU Press.
- Jenkins, H., Li, X., Krauskopf, A. D., & Green, J. (2009) *If it doesn't spread, it's dead. Creating Value in a Spreadable Marketplace*. Cambridge: Convergence Culture Consortium - MIT.
- Jenkins, H., & Livingstone, S. (2009) "Risks, Rights, and Responsibilities in the Digital Age", (Retrieved October 3, 2015, from http://henryjenkins.org/2009/06/risks_rights_and_responsibilit.html).
- Jenkins, H., & Thorburn, D. (2003) *Democracy and New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Johnson, D. (2007) "Inviting Audiences In", *New Review of Film and Television Studies*, 5(1), 61–80.
- Juris, J. S. (2004) "Networked Social Movements. Global Movements for Global Justice", in M. Castells (Ed.), *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*. Cheltenham - Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Juris, J. S. (2008) *Networking Futures. The Movements Against Corporate Globalization*. Durham: Duke University Press.
- Juris, J. S. (2012) "Reflections on #Occupy Everywhere. Social Media, Public Space, and the Emerging Logics of Aggregation", *American Ethnologist*, 39(2), 259–279.

- Keen, A. (2007) *The Cult of the Amateur. How Today's Internet Is Killing Our Culture*. New York: Doubleday.
- Keen, A. (2015) *The Internet Is Not the Answer*. London: Atlantic Books.
- Kermode, M. (1997) "I was a teenage horror fan: or "how I learned to stop worrying and love Linda Blair"", in M. Baker & J. Petley (Eds.), *Ill Effects: The Media/Violence Debate*. London - New York: Routledge.
- Kertzer, D. I. (1989) *Ritual, Politics, and Power*. New Haven: Yale University Press (Tr. It. Riti e simboli del potere. Roma-Bari: Laterza. 1989).
- Knorr Cetina, K. (2009) "What is a Pipe?: Obama and the Sociological Imagination", *Theory, Culture & Society*, 26(5), 129–140.
- Kopytoff, J. (1986) "The cultural biography of thing: commoditization as process", in A. Appadurai (Ed.), *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kperogi, F. A. (2010) "Cooperation with the corporation? CNN and the hegemonic cooptation of citizen journalism through iReport.com", *New Media & Society*, 13(2), 314–329.
- Kreiss, D. (2012) *Taking Our Country Back: The Crafting of Networked Politics from Howard Dean to Barack Obama*. Oxford: Oxford University Press.
- Laclau, E. (1979) *Politics and Ideology in Marxist Theory*. London: Verso.
- Laclau, E. (1990) *New Reflections on the Revolution of our Time*. London - New York: Verso.
- Laclau, E. (2005) *On Populist Reason*. London: Verso.
- Laclau, E. (2008) "Ideology and post-Marxism", *Journal of Political Ideologies*, 11(2), 103–114.
- Laclau, E. (2014) *The Rhetorical Foundations of Society*. London: Verso.

- Laclau, E., & Mouffe, C. (1985) *Hegemony and Socialist Strategy*. London: Verso.
- Lakoff, G. (2004) *Don't Think of an Elephant: Know Your Values and Frame the Debate*. Chelsea Green Publishing.
- Lakoff, G. (2008) *The political mind: why you can't understand 21st-century politics with an 18th-century brain*. New York: Viking.
- Lasch, C. (2004) *L'io minimo. La mentalità della sopravvivenza in un'epoca di turbamenti*. Milano: Feltrinelli.
- Lash, S. (1994) "Reflexivity and its Double: Structure, Aesthetic and Community", in U. Beck, A. Giddens, & S. Lash (Eds.), *Reflexive Modernization. Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Palo Alto: Stanford University Press.
- Lash, S. (2007) "Power after Hegemony: Cultural Studies in Mutation?", *Theory, Culture & Society*, 24(3), 55–78.
- Levy, P. (1996) *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*. Milano: Feltrinelli.
- Lim, J. (2013) "Power relations among popular news websites for posting headlines through monitoring and imitation", *New Media & Society*, 15(7), 1112–1131.
- Lovink, G. (2007) *Zero Comments: Blogging and Critical Internet Culture*. London - New York: Routledge.
- Lovink, G. (2012) *Networks Without a Cause. A Critique of Social Media*. Cambridge: Polity Press.
- Luhmann, N. (1977) *Sociologia del diritto*. Bari: Laterza.
- Luhmann, N. (1979) *Potere e complessità sociale*. Milano: il Saggiatore.
- Luhmann, N. (1986) *The Autopoiesis of Social Systems*. London: Sage (Tr. It. L'autopoiesi dei sistemi sociali. Napoli: Liguori. 1992).
- Luhmann, N. (1995) *Procedimenti giuridici e legittimazione sociale*. Milano: Giuffrè.

- Macpherson, C. (1979) *La vita e i tempi della democrazia liberale*. Milano: il Saggiatore.
- Madison, J. (1787) *The Federalist Papers* (Tr. It. Il Federalista. Bologna: il Mulino. 1980).
- Maffesoli, M. (1988) *Il tempo delle tribù. Il declino dell'individualismo nelle società di massa*. Roma: Armando.
- Mann, M. (1986) *The Sources of Social Power: Volume 1, A History of Power from the Beginning to AD 1760*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mann, M. (2012a) *The Sources of Social Power: Volume 3, Global Empires and Revolution, 1890-1945*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mann, M. (2012b) *The Sources of Social Power: Volume 2, The Rise of Classes and Nation-States, 1760-1914*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mann, M. (2012c) *The Sources of Social Power: Volume 4, Globalizations, 1945-2011*. Cambridge University Press.
- Marcuse, H. (1967) *L'uomo ad una dimensione*. Torino: Einaudi.
- Marinelli, A. (2011) "Socievolezza 2.0. I legami sociali nella network society", *Sociologia della Comunicazione*, 41-42, 30–50.
- Marx, K. (1852) *Il 18 brumaio di Luigi Bonaparte* (Tr. It. Roma: Editori Riuniti. (1982)).
- Marx, K. (1870) *La guerra civile in Francia*. Roma: Newton.
- Massumi, B. (2010) "The Future Birth of the Affective Fact", in G. Seigworth & M. Greg (Eds.), *The Affect Reader*. Durham: Duke University Press.
- Mazzoleni, G. (2004) *La comunicazione politica*. Bologna: il Mulino.
- Mazzoleni, G., & Sfondini, A. (2009) *Politica pop. Da "Porta a Porta" a "L'isola dei famosi."* Bologna: il Mulino.

- McCombs, M. E. (2004) *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity Press.
- McCombs, M. E. (2014) *Setting the Agenda*. Cambridge: Polity Press.
- McCombs, M. E., & Coleman, R. (2007) "The young and agenda-less? Exploring age-related differences in agenda setting on the youngest generation, baby boomers, and the civic generation", *Journalism & Mass Communication*, 84, 299–311.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972) "The agenda-setting function of mass media", *Public Opinion Quarterly*, 36, 176–185.
- McRobbie, A. (1989) "Second-Hand Dresses and the Role of Ragmarket", in K. Gelder (Ed.), *The Subcultures Reader (2005)*. London - New York: Routledge.
- McRobbie, A. (1998) *British fashion design: rag trade or image industry?* London - New York: Routledge.
- McRobbie, A. (2005) "No woman, no cry? Judith Butler e la politica dei Cultural Studies post-femministi", in *The Uses of Cultural Studies*. London: Sage (Tr. It. in Andò, R. (Eds) Audience Reader. Saggi e riflessioni sull'esperienza di essere audience. Milano: Guerini. 2007).
- McRobbie, A., & Thornton, S. L. (1995) "Rethinking "Moral Panic" for Multi-Mediated Social Worlds", *The British Journal of Sociology*, 46(4), 559–574.
- Melucci, A. (1996) *Challenging Codes*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Meyrowitz, J. (1985) *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. Oxford: Oxford University Press (Tr. It. Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale. Bologna: Baskerville. 1995).
- Mill, J. S. (1859a) "Thoughts on Parliamentary Reform", in *The Collected Works of John Stuart Mill, Volume XIX - Essays on Politics and Society*. 1977. London - New York: Routledge.

- Mill, J. S. (1859b) *On Liberty*. London: Parker, Son, & Bourn (Tr. It. Saggio sulla Libertà. Milano: il Saggiatore. 1981).
- Mill, J. S. (1862) *Considerations on Representative Government*. London: Parker, Son, & Bourn (Tr. It. Considerazioni sul governo rappresentativo. Milano: Bompiani. 1969).
- Miller, D. (1993) "Deliberative Democracy and Social Choice", in D. Held (Ed.), *Prospects for Democracy*. Cambridge: Polity Press.
- Milner, R. M. (2009) "Working for the text: Fan labor and the New Organization", *International Journal of Cultural Studies*, 12, 491–508.
- Morley, D. (1980) *The "Nationwide" Audience: Structure and Decoding*. London: BFI.
- Morley, D. (1981) "The "Nationwide" Audience: A Critical Postscript", *Screen Education*, 39, 3–14.
- Morley, D. (1983) "Cultural Transformation. The Politic of Resistance", in H. Davis & P. Wilson (Eds.), *Language, Image, Media*. Oxford: Blackwell (Tr. It. "Trasformazioni culturali. Politiche di resistenza" in Andò, R. (Ed.) Audience Reader. Saggi e riflessioni sull'esperienza di essere audience. Milano: Guerini. 2007).
- Morley, D. (1986) *Family Television*. London - New York: Routledge.
- Morozov, E. (2011) *The Net Delusion. How Not to Liberate the World*. London: Allen Lane.
- Mulgan, G. (2007) *Good and Bad Power: The Ideals and Betrayals of Government*.
- Mulvey, L. (1975) "Visual Pleasure and Narrative Cinema", *Screen*, 16(3), 6–18.
- Negri, A. (1981) *L'anomalia selvaggia. Saggio su potere e potenza in Baruch Spinoza*. Milano: Feltrinelli.
- Negri, A. (1991) *The Savage Anomaly*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

- Nozick, R. (1974) *Anarchy, State, and Utopia*. New York: Basic Books. (Tr. It. Anarchia, stato e utopia. Firenze: Le Monnier. 1981).
- Offe, C. (1985) "New Social Movements. Changing Boundaries of the Political", *Social Research*, 52, 817–868.
- Offe, C., & Preuss, U. (1991) "Democratic institutions and moral resources", in D. Held (Ed.), *Political Theory Today*. Cambridge: Polity Press.
- Olson, M. (1965) *The Logic of Collective Action*. Cambridge: Harvard University Press (Tr. It. La logica dell'azione collettiva. Milano: Feltrinelli. 1983).
- Parmelee, J. H. (2014) "The agenda-building function of political tweets", *New Media & Society*, 16(3), 434–450.
- Pasquino, G. (2000) *Scienza Politica*. Bologna: il Mulino.
- Pateman, C. (1970) *Participation and Democratic Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pateman, C. (1985) *Problem of Political Obligation, The: A Critical Analysis of Liberal Theory*. New York: Wiley.
- Pew Research Center's Internet & American Life Project (2013) *The Impact of Digital Tools on Student Writing*.
- Pinedo, I. C. (1997) *Recreational Terror*. New York: State University of New York Press.
- Pistilli, O. K. (2005) *Dress Code. Sincretismi cultura comunicazione nella moda contemporanea*. Roma: Castelvecchi.
- Pizzorno, A. (1966) "Introduzione allo studio della partecipazione politica", *Quaderni di Sociologia*, 15, 235–287.
- Popkin, S. L. (1991) *The Reasoning Voter*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Poulantzas, N. (1979) *Il potere nella società contemporanea*. Roma: Editori Riuniti.

- Radaway, J. (1987) *Reading the Romance*. London: Verso.
- Rainie, L., & Wellman, B. (2012) *Networked. The New Social Operating System*. Cambridge: MIT Press.
- Redmond, S. (2010) "Avatar Obama in the age of liquid celebrity", *Celebrity Studies*, 1(1), 81–95.
- Roberts, K. (2005) *Lovemarks*. New York: powerHouse Books.
- Rosaldo, M. Z. (1980) *Knowledge and passion: Ilongot notions of self and social life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rosaldo, M. Z. (1983) "The Shame of Headhunters and the Autonomy of Self", *Ethos*, 11(3), 135–151.
- Rosaldo, R. (1980) *Ilongot Headhunting, 1883-1974: A Study in Society and History*. Palo Alto: Stanford University Press.
- Rosaldo, R. (1988) "Ideology, Place, and People without Culture", *Cultural Anthropology*, 3(1), 77–87.
- Rosaldo, R. (1989) *Culture & Truth*. Boston: Beacon Press (Tr. It. Cultura e verità. Roma: Meltemi. 2002).
- Rosanvallon, P. (2008) *Counter-democracy. Politics in an age of distrust*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rousseau, J. (1762) *Du contrat social: ou principes du droit politique*. Paris: Furne (Tr. It. Il contratto sociale. Milano: Rizzoli. 2012).
- Sanders, L. M. (1997) "Against Deliberation", *Political Theory*, 25(3), 347–376.
- Sandvoss, C. (2005a) *Fans. The Mirror of Consumption*. Cambridge: Polity Press.
- Sandvoss, C. (2005b) "One-Dimensional Fan: Toward an Aesthetic of Fan Texts", *American Behavioral Scientist*, 48, 822–839.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007) "Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models", *Journal of Communication*, 57(1), 9–20.

- Schmitt, C. (1984) *Le categorie del Politico*. Bologna: il Mulino.
- Schudson, M. (2003) "Click Here for Democracy: A History and Critique of an Information-Based Model of Citizenship", in H. Jenkins & D. Thorburn (Eds.), *Democracy and New Media.*, 49–59. Cambridge: MIT Press.
- Schumpeter, J. A. (1954) *Capitalism, Socialism and Democracy*. London: George Allen & Unwin (Tr. It. Capitalismo, socialismo e democrazia. Milano: ETAS. 2000).
- Schwarz, O. (2010) "On Friendship, Boobs and the Logic of the Catalogue: Online Self-Portraits as a Means for the Exchange of Capital", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 16, 163–183.
- Séguéla, J. (1985) *Hollywood lava più bianco*. Milano: Lupetti.
- Shaw, D. L., & McCombs, M. E. (1977) *The emergence of American political issues: the agenda-setting function of the press*. St. Paul: West Pub. Co.
- Shirky, C. (2008) *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. London: Penguin Books.
- Silverstone, R. (2002) *Perche studiare i media*. Bologna: il Mulino.
- Singer, J. B. (2005) "The political j-blogger: "Normalizing" a new media form to fit old norms and practices", *Journalism*, 6(2), 173–198.
- Singer, J. B. (2013) "User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space", *New Media & Society*.
- Sunstein, C. (2001a) *Republic.com*. Princeton: Princeton University Press.
- Sunstein, C. (2001b) "The Daily We: Is the Internet Really a Blessing for Democracy", *Boston Review.*, Vol. 26. (Retrieved March 6, 2015, from <http://www.bostonreview.net/cass-sunstein-internet-democracy-daily-we>).

- Thompson, E. P. (1968) *The Making of the English Working Class*. London: Penguin Books.
- Thompson, J. B. (1998) *Mezzi di comunicazione e modernità*. Bologna: il Mulino.
- Thompson, J. B. (2000) *Political Scandal: Power and Visability in the Media Age*. Cambridge: Polity Press.
- Thompson, J. B. (2005) "The New Visibility", *Theory, Culture & Society*, 22(6), 31–51.
- Thompson, J. B. (2011) "Shifting Boundaries of Public and Private Life", *Theory, Culture & Society*, 28(4), 49–70.
- Thornton, S. L. (1995) "The Social Logic of Subcultural Capital", in K. Gelder (Ed.), *The Subcultures Reader (2005)*. London - New York: Routledge.
- Thornton, S. L. (1996a) "The Media Development of Subculture", in R. Guins & O. Z. Cruz (Eds.), *Popular Culture: A Reader*. London: Sage.
- Thornton, S. L. (1996b) *Club Cultures: Music, Media, and Subcultural Capital*. Hanover: University Press of New England.
- Tocqueville, A. de (1835) *De la démocratie en Amérique* (Tr. It. La democrazia in America. Milano: Rizzoli. 1981).
- Touraine, A. (1973) *Production de la société*. Paris: Seuil (Tr. It. La produzione della società. Bologna: Il Mulino. 1975).
- Touraine, A. (1981) *The Voice and the Eye. An Analysis of Social Movements*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Touraine, A. (1984) *Le retour de l'acteur, 1984*. Paris: Librairie Arthème Fayard (Tr. It. Il ritorno dell'attore sociale. Roma: Editori Riuniti. 1988).
- Touraine, A. (1985) "An Introduction to the Study of Social Movements", *Social Research*, 52, 749–788.
- Truman, D. B. (1951) *The governmental process*. New York: Knopf.

- Turner, V. (1969) *The Ritual Process. Structure and Anti-Structure*. Piscataway: Transaction Publishers.
- Turner, V. (1986) *Dal rito al teatro*. Bologna: il Mulino.
- Turner, V. (1993) *Antropologia della performance*. Bologna: il Mulino.
- Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo" (2015) *News Italia 2015*.
- van Doorn, N. (2010) "Keeping it Real. User-Generated Pornography, Gender Reification, and Visual Pleasure", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 16, 411–431.
- Van Zoonen, L. (2005) *Entertaining The Citizen: When Politics And Popular Culture Converge*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Verba, S., Schlozman, Kay L., & Brady, Henry E. (1995) *Voice and Equality. Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge: Harvard University Press.
- Weber, M. (1970) "La politica come professione", in *Il Lavoro Intellettuale Come Professione*. Torino: Einaudi.
- Wellman, B. (2001) "Physical Place and Cyber-Place. The Rise of Networked Individualism", *International Journal for Urban and Regional Research*, 25(2), 227–52.
- Wellman, B. (2002) "Little boxes, glocalization, and networked individualism", *Digital cities II: Computational and sociological approaches*, 1025.
- Wellman, B., & Haythornthwaite, C. (Eds.) (2002) *The Internet and Everyday Life*. Oxford: Blackwell.
- Williams, R. (2005) *Television. Technology and cultural form*. London - New York: Routledge.
- Williams, R., & Edge, D. (1996) "The social shaping of technology", *Research Policy*, 25, 865–899.
- Williamson, J. (1988) *Consuming Passion*. London: Marion Boyars.

- Young, I. M. (2000) *Inclusion and Democracy*. Oxford: Oxford University Press.
- Zimmer, M. (2008) "The Externalities of Search 2.0: The Emerging Privacy Threats when the Drive for the Perfect Search Engine meets Web 2.0", *First Monday*, 13(3-3).
- Žižek, S. (1989) *The Sublime Object of Ideology*. New York: Verso.
- Žižek, S. (2001) *On Belief*. London - New York: Routledge.
- Zolo, D. (2009) "Complessità, potere, democrazia", in N. Luhmann (Ed.), *Potere E Complessità Sociale*. Milano: il Saggiatore.