

La ridefinizione del popolare nella società delle reti

di Ruggero Eugeni

Popolo, reti, esperienza

In questo intervento intendo sostenere che la categoria del “popolare” è in fase di ridefinizione a partire dai processi di comunicazione digitale che si svolgono all’interno della società globalizzata. Parto dall’idea che per comprendere tali ridefinizioni del popolare è indispensabile basarsi sulle teorie della società globale delle reti; occorre tuttavia integrare tali teorie con alcune considerazioni che valorizzino l’esperienza viva e la percezione estetica / estetica del legame sociale: in particolare sosterrò la necessità di considerare seriamente il fenomeno della “estetizzazione della sociabilità”. A partire da tali assunti cercherò infine di tracciare i nuovi sensi che il termine “popolare” sta oggi assumendo.

Prima di tutto, la rete

I fenomeni legati alla digitalizzazione della comunicazione appaiono oggi inestricabilmente legati a quelli della globalizzazione; in questo senso molti autori interpretano l’età contemporanea alla luce di una duplice dialettica: di locale e globale da un lato, di fisico e digitale dall’altro¹. Il dispositivo che articola questa duplice dialettica e mette in correlazione i due ambiti è quello della rete: la società globale è tale in quanto usa reti di comunicazione digitali. La logica che guida la comunicazione in rete della società globale è, secondo questi autori, il potere: questo subisce tuttavia una ridefinizione e da esercizio basato sul territorio dello stato nazione diviene pratica di costruzione e articolazione di reti. Un importante corollario di tale approccio (su cui tornerò) è a mio avviso il seguente: *la costituzione e la preservazione delle differenti forme di socialità diviene oggi un fondamentale strumento di potere*. Questa dinamica non va vista tuttavia soltanto come una nuova assunzione del potere da parte delle istituzioni verticali basate su territorialità fisicamente delimitate (come lo Stato nazione), o da parte delle nuove istituzioni economico finanziarie basate su forme territoriali virtualizzate o semivirtualizzate: piuttosto, si tratta di una dinamica fluida di competizione tra poteri e contropoteri che usano per imporsi gli stessi mezzi ovvero, lo ripeto, la costruzione e la gestione di esperienze di socialità.

Dopo la rete: l’estetizzazione della sociabilità

Le teorie di cui ho appena riassunto i principali esiti sono a mio avviso fondamentali per comprendere la ridefinizione in atto della categoria del “popolare”. Tuttavia esse presentano due limitazioni che occorre segnalare e correggere.

Un primo limite riguarda il concetto stesso di socialità che esse inquadrano. Ritengo utile a questo proposito il ricorso ad alcune categorie della riflessione sociologica di Georg Simmel. Come è noto uno dei concetti centrali della sociologia simmeliana è quello di *Vergesellschaftung*, ovvero «il processo mediante il quale si instaurano e si mantengono le relazioni di azione reciproca tra gli elementi sociali»²; si tratta di un termine tradotto in inglese con “sociation”³ e in italiano con

¹ Cfr. per esempio U. Beck, *What is globalization?*, Blackwell, Malden, 2000; S. Sassen, *Territory, Authority, Rights: from Medieval to Global Assemblages*, Princeton University Press, Princeton, 2006; trad. it. *Territorio, autorità, diritti*, Bruno Mondadori, Milano, 2008; Ead., *A Sociology of Globalization*, Norton & C., New York, 2007; trad. it. *Una sociologia della globalizzazione*, Einaudi, Torino, 2008; M. Castells, *Communication Power*, Oxford University Press, Oxford, 2009; trad. it. *Comunicazione e Potere*, Egea, Milano, 2009. Per un approccio in chiave più filosofica cfr. F. Farinelli, *La crisi della ragione cartografica*, Einaudi, Torino, 2009.

² A. Cavalli, *Introduzione a Georg Simmel, Sociologia*, Edizioni di Comunità, Milano 1998 (ed. orig. 1908), p. XVI.

“associazione” o “processo di associazione”. Quello di “associazione” è appunto il concetto che vediamo diffuso nell’attuale riflessione sulla costruzione delle forme di socialità mediante le reti di cui abbiamo parlato sopra. Tuttavia lo stesso Simmel introduce un termine e un concetto differenti e complementari: quello di *Geselligkeit*, tradotto in inglese come “sociability” e in italiano con “socievolezza” – e per il quale noi preferiamo adottare il termine di “sociabilità” -. Con esso lo studioso tedesco intende l’esperienza estetica, pura e gratuita della socialità: quel rendersi conto di vivere insieme, di agire relazionalmente e di sentire in sintonia con gli altri soggetti che assicura (anche in situazioni di contrasto) la genesi del legame sociale. Si tratta di un concetto differente rispetto alla “associazione”, in quanto il concetto di “sociabilità” descrive non un fatto ma una esperienza individuale e soggettiva – per quanto non meno attestata, soprattutto nelle situazioni di legame sociale non strettamente funzionali a finalità pratiche quali il gioco, il flirt, la conversazione⁴ -.

La distinzione tra “associazione” e “sociabilità” è fondamentale in riferimento al nostro discorso. Riteniamo infatti che la società delle reti si fondi sulla costante produzione e riproduzione della sociabilità: non solo e non tanto dunque sulla costruzione del legame sociale, ma piuttosto sulla costruzione dell’esperienza viva e sensibile del legame sociale – che giunge in molti casi a una sociabilità priva di socialità, un legame sociale puramente riflessivo e sensibile -.

Questo punto si connette al secondo limite delle teorie che ho delineato sopra. Se la dinamica propria delle reti è la costruzione non semplicemente della socialità / associazione ma più radicalmente della socievolezza / sociabilità, ne deriva che le reti dovranno non solo connettere i soggetti ma fornire loro strumenti per rappresentare e rappresentarsi tale relazione: le reti devono in altri termini costituirsi non solo come dispositivi di connessione e di locazione, ma anche come dispositivi di rappresentazione. E’ il fenomeno che chiamo della “estetizzazione della sociabilità”.

Non intendo tuttavia sostenere che l’estetizzazione della sociabilità costituisca un esito obbligato della società delle reti: come nel caso delle categorie del fisico e del virtuale e di quelle del locale e del globale, assistiamo piuttosto a forme di regolazione e di assemblaggio di volta in volta differenti: in alcuni casi l’esperienza del legame sociale verrà esibita e incentivata, in altri casi e per varie ragioni verrà scoraggiata e nascosta. In ogni caso la doppia polarità dialettica tra fisico e virtuale da un lato e locale e globale dall’altro che innerva le teorie della società globale di rete, va

³ G. Simmel, *The Sociology of George Simmel*, translated, edited, and with an introduction by K. H. Wolff, The Free Press, Glencoe, 1950.

⁴ Il concetto di “sociabilità” viene sviluppato da Simmel in *Soziologie der Geselligkeit*, in Aa., Vv., *Verhandlungendes Ersten Deutschen Soziologentages vom 19-12 Oktober 1910 in Frankfurt A.M.*, J. C. B. Mohr, Tübingen, 1911, pp. 1-16; poi come *Die Geselligkeit. Beispiel der Reinen oder Formalen Soziologie*. In Id. *Grundfragen der Soziologie (Individuum und Gesellschaft)*, 4a ed., De Gruyter, Berlin – New York, 1984, pp. 48-68; trad. it. *La socievolezza*, Armando, Roma 1997 (cui rinviamo anche per l’introduzione di G. Turnaturi). Per un inquadramento del concetto all’interno della teoria simmeliana (e per i suoi legami con le successive teorie di Habermas e di Goffman) si veda E. Mora, *Comunicazione e riflessività. Simmel, Habermas, Goffman*, Vita e Pensiero, Milano, 1994, in part. pp. 31-54; un riesame recente del concetto e una discussione circa la sua attualità è Paolo Jedlowski, *Simmel e la “socievolezza”*, in V. Cotesta, M. Bontempi, M. Nocenzi (a cura di), *Simmel e la cultura moderna. Volume primo. La teoria sociologica di Georg Simmel*, Morlacchi, Perugia, 2010, pp. 159-170. Il concetto di sociabilità è stato ripreso negli ultimi anni da vari studi, soprattutto di teoria della cultura letteraria: cfr. per esempio G. Russell, C. Tuite (Eds.) *Romantic Sociability: Social Networks and Literary Culture in Britain, 1770-1840*, Cambridge, Cambridge University Press, 2002 ; S. D. Kale, *French salons : high society and political sociability from the Old Regime to the Revolution of 1848*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 2004; M. O’Callaghan, *The English Wits : Literature and Sociability in Early Modern England*, Cambridge University Press, Cambridge, 2007; L. Tepperman, *The sense of sociability : how people overcome the forces pulling them apart*, Oxford University Press, Oxford – London, 2010. Il concetto di sociabilità è stato recentemente applicato ai new media: A. De Souza E Silva, J. Frith, *Mobile Interfaces in Public Spaces Locational Privacy, Control and Urban Sociability*, Routledge, London - New York, 2011.

completata con un terzo asse: quello tra estetico e anestetico, che oppone l'esibizione e la messa in scena del legame sociale al suo occultamento e spegnimento sensibile⁵.

Infine: il popolare

A partire da questo set di acquisizioni possiamo finalmente avanzare qualche ipotesi sul destino del *popolare* nei media reticolari, digitali e globali. Risulta anzitutto evidente la ragione di un necessario ripensamento dei concetti di "popolo" e di "popolare". L'idea di "popolo" comunemente diffusa si basa infatti sull'accezione romantica del concetto⁶, che individua l'identità del popolo, la sua ragion d'essere e la fonte stessa dei suoi diritti e doveri politici a partire dalla sua collocazione all'interno di uno Stato nazionale. Ma proprio l'istituzione dello Stato - nazione entra radicalmente in crisi, come abbiamo visto sopra, all'interno della società delle reti. A partire dal superamento dello Stato nazionale e dai nuovi concetti di territorio che ne derivano, si profilano a mio avviso due concezioni di popolo e di popolare contrapposte.

Da un lato il popolare appare come il *no-network*, il disconnesso da qualunque rete o rete di reti digitali. Si tratta di gruppi sociali spesso caratterizzati da localismo e coappartenenza a un territorio fisicamente delimitato. Inoltre, si tratta di popoli an-estetici, ovvero privi di forti strumenti di rappresentazione e di auto rappresentazione sensibile. Il tema del popolare impatta qui quello del *digital divide*: viene qualificato come "popolare" tutto ciò che resta al di fuori delle reti, e che per scelta o destino non è commutabile in termini digitali: le culture orali e neo-orali, i collegamenti informali e non censiti, i popoli e gli eventi a vario titoli dimenticati e non censiti dai media contemporanei, i fenomeni culturali non ancora emersi.

Al polo opposto, il popolare costituisce oggi l'*iper-network*, ciò che vive prevalentemente all'interno dei mondi digitali e attraversa trasversalmente reti differenti. Il popolare perde qualunque connotazione locale: i popoli e le loro culture appartengono a nazioni e razze differenti e si riconoscono grazie a forti processi di estetizzazione della propria sociabilità. Alcuni esempi sono i gruppi di pressione politica e sociale – per esempio intorno a tematiche ecologiche –, le comunità di fandom, i gruppi di soggetti impegnati in operazioni di "intelligenza collettiva", ecc.

Tra questi due estremi sono possibili moltissime forme intermedie di popolo e di popolare. Tuttavia (e in conclusione) mi sembra opportuno mettere in luce due punti che derivano da questa trasformazione in atto delle categorie del "popolare". In primo luogo il popolo non è più unico: riprendendo e amplificando i fenomeni legati alla moltiplicazione delle comunità di consumo, i popoli sono ormai differenti e numerosissimi, e un loro censimento è di fatto impossibile. In secondo luogo la definizione di un popolo non dipende dalla sua quantificazione numerica: spesso i popoli sono nicchie trasversali e multinazionali, composte da quantità relativamente ristrette di persone; la loro costituzione in popolo dipende in questi casi da una fortissima auto rappresentazione: l'estetizzazione della sociabilità è in questi casi anche il meccanismo di costruzione di nuove élites.

⁵ R. Eugeni, *Nikeplatz. The Urban Space as a New Medium*, in E. Biserna, P. Brown (a cura di), *Cinema Architecture, Dispositif*, Campanotto editore, Udine, 2011, pp. 53-59.

⁶ M. Ricciardi, *Linee storiche sul concetto di popolo*, «Annali dell'Istituto storico italo germanico», n. 16, 1990, pp. 303-369.