

Indice

Introduzione , di Marco Santoro e Roberta Sassatelli	9
PARTE PRIMA	CULTURA: CHE COS'È, COME FUNZIONA
I. La cultura in azione: simboli e strategie , di Ann Swidler	57
1. Cultura come valori	58
2. La spiegazione culturale	63
3. Implicazioni per la ricerca	73
4. Conclusioni	76
II. Una teoria della struttura: dualità, «agency», trasformazione , di William H. Sewell Jr.	83
1. La dualità della struttura: una critica e una riformulazione della teoria di Giddens	85
2. La trasformazione delle strutture duali: al di là dell'«habitus» di Bourdieu	96
3. «Agency»	103
4. Varietà delle strutture	105
5. Conclusioni	111
III. Come funziona la cultura: prospettive dallo studio dei media , di Michael Schudson	115
1. Le dimensioni dell'influenza culturale	121
2. Conclusioni	137

ISBN 978-88-15-12623-8

Copyright © 2009 by Società editrice il Mulino, Bologna. Traduzione di Federica Davolio (capp. I, III, VII, IX, XI), Gaia Giuliani (capp. II, VI, X, XII) e Marco Solaroli (capp. IV, V, VIII). Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere fotocopiata, riprodotta, archiviata, memorizzata o trasmessa in qualsiasi forma o mezzo – elettronico, meccanico, reprografico, digitale – se non nei termini previsti dalla legge che tutela il Diritto d'Autore. Per altre informazioni si veda il sito www.mulino.it/edizioni/fotocopie

PARTE SECONDA		PRODUZIONE E CONSUMO CULTURALE	
IV. Mode e capricci: una teoria organizzativa dell'industria culturale,			
<i>di Paul M. Hirsch</i>			145
1. Definizioni e impianto concettuale			147
2. Insiemi organizzativi di input e output			149
3. Reazione organizzativa alle incertezze dell'ambiente transazionale			156
4. La variabilità all'interno delle organizzazioni culturali			163
5. Conclusioni			165
V. Cicli di produzione simbolica: il caso della «popular music»,			
<i>di Richard A. Peterson e David G. Berger</i>			169
1. Il ciclo concentrazione-competizione			169
2. Conclusioni			190
VI. Egemonia e cultura di massa: un approccio semiotico,			
<i>di Mark Gottdiener</i>			195
1. La critica della cultura di massa come dominio culturale			198
2. L'approccio semiotico alla cultura di massa			202
3. Un modello di cultura di massa			208
4. Conclusioni			216
VII. Piccoli gruppi e creazione culturale,	<i>di Gary A. Fine</i>		219
1. Le idioculture della Little League			221
2. Fondamenti logici del concetto di «idiocultura»			222
3. La produzione sociale di un'idiocultura			226
4. Conclusioni			237
VIII. Dallo snob all'onnivoro: le trasformazioni del gusto raffinato,			
<i>di Richard A. Peterson e Roger M. Kern</i>			239
1. Misure			239
2. Risultati			241
3. Discussione			244

PARTE TERZA		MODELLI PER L'ANALISI CULTURALE	
IX. Un framework metodologico per lo studio della cultura,			
<i>di Wendy Griswold</i>			253
1. Intenzione			256
2. Ricezione			260
3. Comprensione			267
4. Spiegazione			270
5. Validità			277
X. Un «programma forte» in sociologia culturale: elementi di ermeneutica strutturale,	<i>di Jeffrey C. Alexander e Philip Smith</i>		287
1. La linea di spaccatura e le sue conseguenze			288
2. La cultura nella teoria sociale dai classici fino agli anni Sessanta			292
3. I programmi deboli nella teoria culturale contemporanea			294
4. Passi verso un programma forte			300
5. Conclusioni			306
XI. Verso una sociologia della capacità critica,	<i>di Laurent Thévenot e Luc Boltanski</i>		309
1. Il momento critico			309
2. Stabilire l'equivalenza			311
3. La possibilità di un accordo legittimo			314
4. Modellare il senso di giustizia			315
5. I mondi comuni			320
6. Critiche e compromessi			325
7. Conclusioni			328
XII. Cultura e cognizione,	<i>di Paul DiMaggio</i>		331
1. Introduzione			331
2. Sociologia e psicologia: punti di convergenza			332
3. Le intuizioni cognitive della sociologia culturale			335

4. Applicazioni	345
5. I problemi cruciali nello studio della cultura e della cognizione	350
6. Simboli, reti e cognizione	355

Riferimenti bibliografici	359
---------------------------	-----

Introduzione

di Marco Santoro e Roberta Sassatelli

Per quanto ci possa forse stupire, la sociologia non si sente a proprio agio con la «cultura». Ovviamente, in quanto disciplina accademica la sociologia è parte della cultura, e i suoi modi normali di esistenza – la lezione, la conferenza, l'articolo scientifico, il libro – altro non sono che manifestazioni o prodotti culturali. Anche molti dei suoi oggetti di studio più tipici, se non classici, appartengono all'ordine di quella che chiameremmo «cultura»: si pensi al diritto, alla scienza, alla religione, all'arte, e così via. Studi entrati nel canone della disciplina, come *L'etica protestante e lo spirito del capitalismo* di Max Weber, *Le forme elementari della vita religiosa* di Émile Durkheim, e persino la *Filosofia del denaro* di Georg Simmel e *Il capitale* di Marx, sono indubbiamente anche studi su processi e istituzioni culturali¹. Insomma, la cultura è nell'orizzonte non solo esperienziale ma anche professionale del sociologo, sino al midollo si potrebbe dire. Eppure, o forse proprio per questo, è solo da poco tempo – meno di tre decenni – che si è costituita una specializzazione disciplinare specificamente dedicata, sin dal nome, allo studio della cultura (chiamata «sociologia della cultura» o, come si dice oggi sempre più spesso, «sociologia culturale»)², e che la «cultura» in quanto oggetto specifico di ricerca si è spostata dai margini della disciplina, dove è stata spesso e a lungo relegata nonostante la sua indubbia presenza nella sociologia classica, verso il suo centro.

Dagli anni Ottanta, quando questa nuova specializzazione si è costituita ed ha ottenuto i primi riconoscimenti istituzionali e professionali negli Stati Uniti e in Gran Bretagna e di lì a poco nel continente europeo (dove peraltro non è mai venuta meno una certa tradizione autoctona di sociologia storico-culturale e soprattutto di teoria culturale critica³), molte cose sono naturalmente accadute, e oggi nessuno potrebbe seriamente mettere in dubbio, senza sollevare reazioni

polemiche e richieste di giustificazione, che la «cultura» sia un campo legittimo di ricerca sociologica alla stregua della mobilità sociale, dell'organizzazione burocratica, delle strutture familiari, dell'impresa capitalistica, del mercato del lavoro o del suicidio. In effetti, neppure questi argomenti tipici (se non classici) dello sguardo sociologico sono rimasti immuni alla nuova centralità acquisita dalla cultura, e sempre più spesso capita dunque che anch'essi vengano considerati e studiati a partire da un punto di vista che ne accentua la specifica dimensione o natura «culturale», qualunque cosa tale aggettivo possa significare.

Ciò nonostante, non si può dire che la disciplina nel suo complesso abbia saputo apprezzare questo cambiamento, e che le acquisizioni della sociologia culturale siano state accolte da tutti con la stessa convinzione. Spesso, in effetti, non sono nemmeno conosciute, tanto forte è il pregiudizio *contro* la cultura diffuso nelle cerchie sociologiche, e che induce a bollare spregiativamente, con un sin troppo facile ritornello, ogni nuova proposta teorica in questo campo come «culturalista». Così, per quanto non si possa seriamente dubitare della legittimità, oggi, degli studi culturali in campo sociologico, persistono diffidenze sulla loro strategicità ed efficacia.

Con l'obiettivo di dissipare un po' della nebbia che ancora avvolge la sociologia culturale, questo volume raccoglie alcuni dei testi che più hanno contribuito nel tempo alla definizione e allo sviluppo di questa nuova branca della ricerca sociologica. Si tratta di testi fondamentali, nel duplice senso di fondativi e di basilari, pionieristici e ancora oggi riferimenti importanti, la cui traduzione dovrebbe aiutare a far conoscere anche agli studiosi e agli studenti italiani le ragioni e gli argomenti di questa recente ondata di riflessioni e di ricerche, e a farne apprezzare il contributo alla crescita non solo dell'immaginazione ma anche della conoscenza sociologica.

Molti sono però i testi che avrebbero potuto essere selezionati in una raccolta come questa. In questa Introduzione cerchiamo pertanto di esplicitare le ragioni della scelta di *questi* testi⁴ e di discuterne contenuto e reciproche connessioni, offrendo al contempo qualche utile informazione sulla nascita, l'evoluzione e l'attuale situazione degli studi sociologici sulla «cultura». Inevitabilmente, è da quest'ultimo termine – tra i più complessi del nostro vocabolario – che prendiamo le mosse.

1. LA CULTURA: CHE COS'È E COME FUNZIONA

L'idea di cultura appartiene al nostro senso comune: quante volte discutendo con altri l'abbiamo evocata, ad esempio per rendere conto di differenze nel comportamento («È una questione di cultura») o anche solo per qualificare, quasi giustificare, una nostra o altrui passione («Guarda che anche il rap è cultura!»). Eppure, non è mai semplice definire concettualmente quest'idea, tanto che sorge spesso il dubbio che la parola «cultura» sia così vaga ed elastica da ostacolare, più che aiutare, il ragionamento e la discussione. Questo in parte perché gli oggetti culturali sono spesso difficili da osservare e delimitare empiricamente, e/o risultano così invischiati nei canoni normativi di una data società da renderne difficile uno studio distaccato. E qui hanno certo giocato ragioni professionali, o di giurisdizione intellettuale: dopo tutto, la «cultura» e le sue interne divisioni è il tipico oggetto di studio delle discipline umanistiche (dalla storia dell'arte alla critica letteraria, alla musicologia); le stesse dalle quali la sociologia ha spesso preso le distanze nella sua ricerca di oggettività e di legittimazione scientifica.

Ciò nondimeno rimane fondamentale continuare ad interrogarsi sulla cultura, e farlo a partire da alcune prime fondamentali questioni definitorie: che cos'è la «cultura»? Come può concettualizzarla il sociologo? E in cosa si differenzia da altre nozioni con cui lavorano gli scienziati sociali?

Come dovrebbe essere ormai chiaro, vi sono almeno due grandi famiglie di significati della parola «cultura» nel nostro linguaggio quotidiano, e spesso anche in quello accademico. Il primo gruppo di significati è quello che rimanda alla nozione di «cultura» come sfera specializzata di attività umana, distinta e distinguibile da altre sfere come ad esempio l'economia o la politica. In questo primo senso, la «cultura» è intesa come il *regno delle condotte e delle cose spirituali e intellettuali*: l'arte, la letteratura, la musica e ancor prima la morale e la religione. È questo il significato di «cultura» fatto proprio dalle discipline cosiddette «umanistiche» come la critica letteraria, la musicologia, l'estetica, la storia dell'arte e quella delle religioni. Queste discipline sono chiamate «umanistiche» perché il loro studio verte su ciò che di più elevato, di più bello, di più perfetto ed importante l'umanità ha prodotto nel corso della sua storia millenaria. La cultura appare qui come «ciò che di meglio è stato detto e scritto», secondo la celebre definizione del critico letterario inglese Matthew Arnold [1875], ciò che in quanto tale merita di essere studiato e trasmesso di generazione in generazione tramite l'educazione e la scuola. La nozione di «cultura» è in questa accezio-

ne sinonimo di «raffinamento» intellettuale, di «sensibilità estetica», ma anche di «sapere», di «conoscenza», e indirettamente di «educazione morale».

Come vedremo, la sociologia culturale (chiamata spesso, in questo caso, «sociologia della cultura») ha preso originariamente forma proprio come rivendicazione dell'importanza, nel mondo contemporaneo, dello studio sociologico di oggetti e «cose» culturali, come dipinti, sinfonie e romanzi, ben presto espandendo la definizione del «campo culturale» in modo da includere in esso anche i mezzi di comunicazione (dai dischi ai libri, ai quotidiani) e soprattutto le forme di cultura meno legittimate o minori, variamente qualificate «di massa» o «polarari», come i programmi radiofonici, le canzoni rock o rap, il jazz, i fumetti, i polizieschi o le telenovela.

Ma questa accezione di «cultura» non esaurisce evidentemente il senso con cui la parola viene utilizzata anche nel discorso quotidiano: non è alle arti o ai libri che pensiamo in prima battuta quando evochiamo «differenze di cultura» per rendere conto di comportamenti che sembrano (a noi o ai nostri interlocutori) insoliti e per molti versi incomprensibili – come l'uso del velo, o il tabù della carne di maiale, o il *piercing* – o quando parliamo di cultura americana, ebraica o siciliana. In questo caso, è ad un secondo importante significato di «cultura» che facciamo riferimento: quello di cultura come *modo di vita* di un gruppo o di una società (una volta si sarebbe detto: di un popolo) [Kuper 1999; Peterson 1979; Griswold 1994]. In questa accezione, fortemente debitrice verso gli sviluppi della ricerca in antropologia sociale e culturale, la cultura identifica, come scrisse l'antropologo Victor Turner, «il solco in cui è più facile cadere», l'insieme di pratiche ed atteggiamenti che diamo per scontati e che fungono da copioni per la nostra quotidianità.

Inteso come modo di vita, il concetto di «cultura» ha introdotto la possibilità di una spiegazione (appunto culturale) della diversità umana sganciata dal riferimento ad una qualche condizione biologica, come tale inscritta nella natura e dunque immutabile. Si deve a questa valenza squisitamente politica, insieme democratica e progressista, dell'idea di cultura la fortuna del relativo concetto, nel corso del Novecento, tanto negli Stati Uniti che in Europa, e più recentemente anche nei paesi in via di sviluppo (o *Global South*), che al riconoscimento delle proprie specifiche culture locali hanno legato tanto strategie politiche di autonomizzazione dalle metropoli occidentali quanto strategie economiche di valorizzazione turistica dei propri territori [Hannerz 1992; Kuper 1999].

Entrambi i concetti di «cultura» ora visti presentano però problemi. Il primo, quello umanistico, ha il duplice problema di essere individualistico ed elitario. Non solo la perfezione nelle arti e nell'intelletto è per definizione affare di

pochi, fortunati e talentuosi individui (i «grandi» della tradizione culturale, da Platone a Einstein passando per Michelangelo), ma anche la possibilità di affinare il proprio spirito è questione individuale e anch'essa alquanto circoscritta. E tuttavia, i confini della cultura sono non solo elastici, ma anche spesso contesi e soprattutto in continua trasformazione: chi decide dell'appartenenza di un oggetto alla sfera della cultura? E come giustificare la «perfezione» quando si scopre che lo stesso oggetto può essere apprezzato in un'epoca e svilito in un'altra, e viceversa?⁵

Anche il secondo concetto, quello antropologico, ha un duplice problema, spesso evidenziato dai sociologi e negli ultimi anni dagli stessi antropologi: quello di essere troppo *generale* e *generico*, e insieme di supporre un'*omogeneità* – una condivisione, un consenso – che non solo le ricerche empiriche faticano a riscontrare ma che appare sempre meno plausibile nel mondo contemporaneo caratterizzato piuttosto da eterogeneità, mobilità e fluidità. Si è quindi non solo parlato di concetto *omnibus* [Singer 1968] e come tale incapace di circoscrivere un campo controllabile di indagine, ma si è anche coniata la formula, in sé eloquente, di «mito dell'integrazione culturale» [Archer 1995]. Se l'immagine della cultura veicolata da questo presunto «mito» colto è, vista dall'interno, quella di «un sistema perfettamente integrato, in cui ogni elemento è interdipendente da ogni altro» [*ibidem*, 2], su scala globale è invece quella di un mondo formato da una serie indefinita di comunità integrate, quindi consensuali, e chiaramente delimitate l'una rispetto all'altra, ciascuna caratterizzata da una sua propria cultura, specifica ed essenziale. È contro questo rischio sempre presente di scivolare verso l'essentialismo e la reificazione culturale, contro la presunzione di comunità omogenee, contro l'idea di un mondo popolato da stereotipati «nativi» intesi come portatori di una qualche compatta cultura esotica, che l'antropologia stessa, o almeno alcune sue cerchie importanti, si è schierata da qualche tempo a questa parte sotto la bandiera di una rivolta intellettuale proprio *contro* la cultura [Abu-Lughod 1991; Brightman 1995].

Anche grazie allo stimolo proveniente da simili critiche, negli ultimi tre decenni si è assistito ad un sostanzioso sforzo intellettuale collettivo per salvare ciò che di buono c'è nell'idea di cultura, sia depurandola da tutte le scorie concettuali che nel corso del tempo erano andate incrostandola, sia lavorando ad un suo affinamento analitico. È opportuno qui notare che, per ragioni che hanno a che fare soprattutto con la sua storia oltre che con il suo oggetto, la sociologia non ha vissuto la crisi di fiducia nei confronti del proprio progetto disciplinare che ha invece segnato in profondità l'antropologia sociale e culturale, pesantemente coinvolte nella politica imperialistica occidentale dell'ultimo secolo

e mezzo. Questo ha forse permesso ai sociologi di discutere del concetto di «cultura» in un orizzonte sostanzialmente definito dal dibattito intellettuale ed epistemologico-analitico più che da quello politico-intellettuale, sebbene non siano mancate e non manchino anche qui le voci critiche rispetto alle derive e ai presupposti «orientalisti» o «modernisti» della sociologia⁶.

Per fare i conti con le critiche di genericità gli studiosi hanno cercato di selezionare, entro quell'insieme complesso che costituisce la cultura, gli elementi o fattori basilari. Sono quattro in particolare gli elementi su cui si è concentrata l'attenzione di antropologi e sociologi alle prese con lo studio della cultura: i valori, le norme, le credenze e i simboli espressivi. Di queste quattro nozioni, non c'è dubbio che siano state le prime due – «valori» e «norme» – quelle storicamente più influenti per la costruzione di uno specifico concetto sociologico di «cultura». In linea generale, possiamo dire che i valori sono ciò che le persone considerano particolarmente importante, e in vista della cui attuazione, conservazione o difesa orientano le proprie azioni, mentre le norme sono specificazioni dei valori ai fini della loro attuazione pratica, che indicano i modi socialmente condivisi di agire. Il concetto di «valore» ha una lunga tradizione nelle scienze sociali: spesso utilizzato da Max Weber (che ha originariamente coniato l'espressione «razionalità rispetto al valore» per distinguerla dalla «razionalità strumentale rispetto allo scopo», cara alla teoria economica) nei suoi scritti metodologici e di sociologia della religione, esso sarebbe diventato una pietra angolare nella teoria del sistema sociale e culturale del sociologo americano Talcott Parsons, senza dubbio il più influente teorico sociale del secondo dopoguerra. Per quanto lo studioso si sia anche dedicato – soprattutto alla fine della sua lunga carriera – a complicate analisi di complessi simbolici (come la dottrina del cristianesimo), è però vero che nella concreta pratica della ricerca sociale, la teoria generale della cultura (o meglio, del «sistema culturale») di Parsons e dei suoi seguaci ha più spesso finito per tradursi nella assai più semplice e monodimensionale *value analysis*, lo studio cioè – spesso condotto tramite questionari ed interviste a più o meno grandi campioni di popolazione – degli orientamenti di valore che si presume guidino e motivino dall'«interno», cioè dal profondo della coscienza morale, le scelte degli attori sociali, scelte che presuppongono dunque l'interiorizzazione non solo dei valori (in quanto fini ultimi), ma anche delle norme (in quanto regole socialmente approvate di comportamento) con cui quei valori debbono perseguirsi. Questa concezione «ultrasocializzata» dell'uomo – come venne chiamata – aveva però chiari limiti. In primo luogo, esagerava la forza dei sistemi di valore nella vita sociale lasciando ben poco spazio alle variazioni e alle scelte individuali. In secondo luogo, esagerava la consistenza (cioè la coe-

renza interna), nonché la condivisione (cioè il livello di consenso), dei sistemi di valore come principi motivazionali di azione. In terzo luogo, postulava l'esistenza di valori – cioè orientamenti generali dell'azione, come l'universalismo, o l'affettività – ma non offriva alcun elemento utile per spiegarne l'origine né per esplorarne la complessità simbolica e semantica interna, cioè i diversi modi in cui lo stesso valore può venire interpretato e messo in pratica [Wrong 1961; Cancian 1975; Swidler 1986]. Come osservava Richard Peterson [1979], uno dei sociologi più influenti nella costituzione di una specifica sociologia della cultura [Santoro 2008b], questi quattro significati fondamentali del termine non hanno però avuto sempre lo stesso peso nella storia delle scienze sociali. La direzione di marcia nel corso del secondo dopoguerra sarebbe anzi decisamente proceduta nel senso di una riduzione di rilevanza dei primi due – viceversa centrali nella concezione tradizionale di «cultura» sposata dalla sociologia a seguito della lezione parsonsiana – e di una crescente importanza degli ultimi due. Era in particolare attraverso l'idea di cultura come sistema di simboli espressivi che la sociologia stava trovando il modo di rivalizzare non solo il concetto di «cultura» ma anche il proprio campo disciplinare.

In questo caso la sociologia ha seguito le orme dell'antropologia culturale che già si era mossa in tale direzione a partire almeno dalla metà degli anni Sessanta, e ancor più nitidamente negli anni Settanta. Con una di quelle felici mosse intellettuali con cui si risolvono d'un colpo problemi apparentemente senza via d'uscita, alcuni antropologi avevano infatti notato come ciò che chiamiamo «cultura», al di là del fatto che questa ci possa apparire sotto forma di norme, valori, qualità estetiche, gesti o beni materiali, ha sempre e inevitabilmente a che fare con la sfera dei *significati*. Che ci si riferisca ad una norma, una credenza, o ad un'opera d'arte, «cultura» è ciò che ha un senso per qualcuno, qualunque sia questo senso e qualunque oggetto possa di volta in volta veicolarlo. Significati, si è aggiunto autorevolmente, conosciuti da più persone e normalmente incarnati in *simboli pubblicamente disponibili*. Perché per essere «culturali», i significati devono poter essere diffusi entro qualche cerchia sociale, e la loro conoscenza deve in qualche misura essere condivisa. Soprattutto, devono poter essere comunicati, trasmessi, conosciuti e messi in pratica intersoggettivamente.

Questo *concetto semiotico* di «cultura» – come l'ha chiamato l'antropologo americano Clifford Geertz [1973a] a cui soprattutto si deve la sua enucleazione – aveva il grande vantaggio di offrire una via d'uscita alla rigida alternativa tra l'accezione tradizionale, umanistica e normativa, e quella più recente, descrittiva e relativista, ma anche molto generale, dell'antropologia e delle scienze sociali⁷. È la loro capacità di significare a fare di una commedia di Shakespeare come di

una canzone di Fabrizio De André, di un quartetto di Mozart, di una Ferrari, di una bandiera tricolore e di una giacca di Armani un oggetto culturale. La cultura – scrive dunque Geertz – è una *rete di significati* in cui l'uomo, l'animale che l'ha tessuta e continuamente la tesse, resta impigliato. È questo concetto semiotico di «cultura» ad aver gettato le basi per il rilancio della ricerca sulla cultura anche in campo sociologico. Non più solo valori, norme e credenze, dunque, e non più nemmeno simboli soltanto, ma simboli in quanto veicoli *pubblici* di significati [Peterson 1979; Swidler 1986, trad. in questo volume; Sewell 1999]. Significati da decifrare, da cogliere nel loro senso mai immediatamente evidente, da indagare sotto la superficie dei fatti e dei comportamenti sociali: in una parola, da «interpretare». Con Geertz le scienze sociali diventano interpretative, e cercano nella tradizione umanistica, letteraria soprattutto, nuovi strumenti di analisi, che le possano aiutare in quella ricerca del significato in cui consiste una *scienza sociale interpretativa*⁸.

Quando dunque si afferma, come spesso accade, che la sociologia culturale si occupa di produzione del significato, e che i sociologi culturali studiano come questa produzione si realizzi, come i significati si diversifichino, come essi influenzino l'agire sociale e come siano coinvolti nei processi e nelle strutture delle disuguaglianze e del dominio, è a questa eredità geertziana che si fa riferimento [Griswold 1994; Spillman 2002]. Un'eredità molto forte, e caratterizzante, che tuttavia non è esclusiva né immune da critiche o priva, come è stato notato, di significative ambiguità [Swidler 1996].

Le critiche e i dibattiti che si sono coagulati intorno alla nozione semiotica di «cultura» sono sfociati, a loro volta, in almeno due diverse direttrici [Sewell 1999]. La prima è quella che identifica nella cultura – o in qualsiasi oggetto culturale – un *sistema simbolico da decifrare*. La dottrina religiosa cattolica, ad esempio, è un sistema simbolico, un complesso di significati veicolati da testi teologici (ad esempio la Bibbia) e da precetti di comportamento (andare a messa, fare la comunione, confessarsi, ecc.). Ma sono sistemi simbolici anche un'ideologia politica (come il liberalismo o il fascismo o il contrattualismo), una soap opera brasiliana, una fiaba russa e un mito dell'antica Grecia. Scopo dell'analista è appunto decifrare questi significati e metterli «in sistema», organizzarli in modo coerente a partire da qualche ipotesi di fondo. È anzi precisamente questa totalità relazionale a dare senso, cioè significato, ad ogni singolo elemento (un personaggio, un precetto, un ideale). La metafora che guida questa concezione è spesso quella del *testo*. L'analisi interna, logica verrebbe da dire, o più precisamente strutturale, dei sistemi culturali intesi come testi costituisce uno dei maggiori filoni di ricerca culturale. Troviamo qui grandi studiosi della cultura

come l'antropologo francese Claude Lévi-Strauss, i semiologi Roland Barthes e Umberto Eco, il folklorista russo Vladimir Propp o lo stesso Clifford Geertz⁹.

Questa versione «sistemica» del concetto semiotico non è immune, come è facilmente intuibile, dalla critica ad una presunzione di omogeneità e consensualità riportabile al mito dell'«integrazione culturale» denunciato da Archer. Il concetto di «sistema» ha infatti come suoi correlati impliciti quelli – per nulla scontati – di «compiutezza» e «armonia»: come si potrebbe parlare di sistemi culturali in mancanza di confini precisi e chiari, e al loro interno di una tessitura compatta di interrelazioni? Un sistema è tale perché si distingue dal suo ambiente, ed è privo di smagliature, o contraddizioni, interne. Requisiti forse eccessivi però per l'analisi culturale, soprattutto se questa viene applicata a situazioni altamente instabili e dai confini incerti come quelli della vita sociale contemporanea.

Il secondo modo di intendere il concetto semiotico di «cultura» – per molti versi antitetico al precedente – è appunto quello di coglierne la dimensione pragmatica: pur concependola come meccanismo significante, la cultura viene identificata con modi di agire e strategie d'azione, al di là dei precetti formalmente stabiliti e dei testi, e di qualunque presunzione di sistematicità. Più che una fonte di *fini e mete*, la cultura appare come una *pratica sociale significativa*, in cui mezzi e fini si mescolano in tracciati d'azione spesso dal carattere rituale o routinario.

La nozione di «pratica» è stata sviluppata, quasi negli stessi anni in cui Geertz esplorava la metafora della «cultura come testo», dall'antropologo Marshall Sahlins, dallo storico ed etnologo francese Michel De Certeau e dai sociologi Anthony Giddens e Pierre Bourdieu. La cultura è, in questa versione, non un (più o meno metaforico) testo con le sue regole sintattiche e semantiche da ricostruire in modo sistematico e il più possibile preciso, ma una forma d'azione, un fare che si dispiega nella quotidianità, come tale sempre aperto all'improvvisazione e dunque al potenziale cambiamento. Intesa come pratica significante, la cultura diventa qualcosa di mobile e produttivo¹⁰. Elaborato in Europa, il concetto di «pratica» è stato presto recepito anche nelle scienze sociali americane, dall'antropologia culturale [Ortner 1984; 2006] alla sociologia, dove ha trovato un fertile terreno di ricezione grazie soprattutto alla sociologa americana Ann Swidler. È dal suo seminale contributo alla riconcettualizzazione dell'idea di cultura, pubblicato nel 1986 e qui tradotto, e presto impostosi come una pietra miliare nella storia recente della sociologia della cultura, al contempo sintesi critica del passato e indicazione per lo sviluppo futuro del campo, che la nostra antologia non a caso prende avvio.

Invece di parlare immediatamente di cultura come pratica, Swidler preferisce concettualizzare la «cultura» come un *tool-kit*, una «cassetta degli attrezzi» appunto, o anche come un *repertorio*, sicuramente una delle più influenti declinazioni contemporanee del concetto in ambito sociologico¹¹. L'argomento di Swidler è il seguente: la cultura influenza l'azione non fornendo valori ultimi ma plasmando un *tool-kit* di abitudini, competenze (*skills*) e stili con i quali gli attori costruiscono «strategie d'azione». Il suo bersaglio polemico è, naturalmente, il Parsons del *value model* della cultura, a cui l'autrice oppone, anche sulla scorta di Geertz e della sua ridefinizione della «cultura» come sistema di simboli pubblicamente disponibili, uno schema alternativo, da lei battezzato *tool-kit model*. In poche dense pagine Swidler ridisegna dunque il concetto di «cultura» in modo da fondarlo – oltre che su elementi simbolici come storie, miti e rituali – sulla nozione di *strategia d'azione*, intesa però non in termini economici e razionalistici bensì come organizzazione di corsi d'azione complessivi, temporalmente e spazialmente strutturati. Esito di esperienze simboliche e pratiche rituali, tali corsi d'azione forniscono a loro volta le risorse per l'azione sotto forma di motivazioni, modi di pensare, stati d'animo, stili relazionali, ecc.

È nell'azione insomma che la cultura si manifesta, nell'azione intesa come consapevole e competente pratica, o strategia, temporalmente e localmente situata. Sta qui il secondo importante contributo del saggio: la distinzione fra due modelli di causazione culturale, uno per i periodi storici stabili (*settled*), l'altro per quelli instabili (*unsettled*). Nel primo caso, la cultura esistente (in repertori consolidati ma normalmente incoerenti e frammentari, spesso sotto forma di tradizioni o di senso comune) offre abbondanti risorse per la costruzione di strategie, che tuttavia restano imprevedibili nel loro preciso contenuto riposando sulla selezione contingente che gli attori operano fra i tanti materiali culturali possibili. Nel secondo caso, la cultura esiste sotto forma di esplicite e ben articolate strutture di significato (come le ideologie), dal carattere sistematico, che rendono possibile la formazione di nuove e altamente organizzate strategie d'azione, il cui destino nel lungo periodo peraltro resta dipendente dal conflitto fra le diverse ideologie.

In entrambi i casi, evidentemente, si è molto lontani da una concezione del rapporto fra cultura e azione che riduce la seconda ad una semplice messa in atto della prima, facendo della cultura un mero strumento di riproduzione di norme e valori precostituiti. Concependo la cultura come un ingrediente attivo dell'agire sociale di persone in carne e ossa, Swidler ci offre dunque i lineamenti essenziali di una teoria culturale «realistica», popolata non dai passivi «drogati

culturali» (*cultural dopes*) messi alla berlina da Harold Garfinkel [1967]¹² nella sua critica al paradigma funzionalista parsoniano, ma dagli attivi, talvolta competenti utilizzatori di cultura che osserviamo nella realtà¹³.

Tra cultura come sistema simbolico e cultura come pratica esistono peraltro tensioni produttive, superbamente messe in luce da William H. Sewell Jr. in una serie di saggi [2005], di cui quello qui proposto sulla teoria della struttura resta il più influente. In effetti, muovere dall'idea di struttura per ripensare quella di cultura è una mossa insieme brillante e banale. È brillante, perché è spesso ricalcandola sull'opposizione tra cultura e struttura che la sociologia ha costruito la propria specificità disciplinare: rispetto all'antropologia culturale, e soprattutto alle discipline umanistiche, specializzate nello studio delle forme e dei modelli culturali, la sociologia trovava il proprio specifico nell'analisi della struttura sociale, intesa di volta in volta come organizzazione sociale, sistema di istituzioni e rete di relazioni interpersonali. È banale perché è anche e soprattutto alla luce dell'idea di struttura che si è costituita una delle principali teorie culturali del Novecento, quella strutturalista appunto, legata al nome dell'etnologo e sociologo francese Claude Lévi-Strauss [1958]. Il che è come dire che nell'idea di struttura è comunque inclusa la possibilità di una declinazione in prospettiva semiotico-culturale (che è precisamente ciò che Sewell intende esplicitare e ripensare, muovendo però non dall'antropologia strutturalista ma dalla teoria sociologica contemporanea).

L'idea di struttura (sociale) nella tradizione sociologica rende conto della continuità, della persistenza, della riproduzione della vita sociale. Già questo suggerisce una connessione con l'idea di cultura, come abbiamo visto spesso accusata di favorire un'interpretazione statica della vita collettiva. Ma, costruendo su quanto proposto da due teorici sociali contemporanei influenti come Anthony Giddens e Pierre Bourdieu, Sewell vuole andare oltre, mostrando come nell'idea di struttura siano iscritte le potenzialità analitiche per rendere conto non tanto della riproduzione quanto della trasformazione, cioè del cambiamento sociale. In breve, l'argomento di Sewell è che la struttura consista di schemi culturali e di risorse sociali e, soprattutto, che sia *duale*, vale a dire che sia «il medium e insieme l'esito della pratica sociale», cioè delle azioni umane. Azione e struttura, «lungi dall'essere opposte, di fatto si presuppongono l'un l'altra». Il che vuol dire che per Sewell il concetto di «struttura» è non solo implicato in quello di «cultura» in quanto matrice di possibilità dei modi di azione localmente disponibili¹⁴, ma anche condizione analitica per rendere conto delle stesse possibilità di cambiamento sociale. Non c'è evento se non nella cornice di una struttura, anzi di più strutture (esse si danno sempre al plurale, argomento,

questo, cruciale per spiegare strutturalmente il prodursi di cambiamento), che possa rivelarne per contrasto l'occorrenza.

Peraltro, il cambiamento è intrinseco alla logica di funzionamento delle strutture in quanto mezzi per l'azione: e questo non solo perché l'azione è per definizione creativa (per quanto si possa trattare di una creatività minima come è l'applicazione delle regole note a contesti inediti), ma perché le strutture stesse si danno in condizioni tali – la loro molteplicità, ad esempio, e soprattutto (*pace* a Bourdieu) le asincronie e la loro mai perfetta omologia – di spezzare il circolo della mera riproduzione aprendo spazi per l'innovazione e il mutamento. Sfruttando quindi creativamente alcune celebri – e anche in Italia già note – osservazioni teoriche dell'antropologo Marshall Sahlins [1981; 1985], Sewell sostiene che sia precisamente la «congiunzione» di più strutture, ciascuna con la propria distinta temporalità, il proprio ordine simbolico e il proprio modello di distribuzione delle risorse, a generare causalmente gli eventi, da intendere appunto – la definizione concettuale è qui esplicita – come trasformazioni significative e durature di strutture, e come tali riconoscibili dai contemporanei.

Ma è nella sua riconcettualizzazione della «struttura» come insieme di schemi culturali (cognitivi, simbolici) e di risorse materiali che dobbiamo individuare il principale contributo di Sewell al ripensamento sociologico della nozione di «cultura»: lungi dall'essere *sovrastrutturale*, mero epifenomeno di più profonde strutture sociali (le organizzazioni, i mercati, il sistema delle disuguaglianze di classe, il capitalismo, ecc.), la cultura è infatti profondamente implicata, sotto forma di schemi per l'agire pratico e di modelli di distribuzione delle risorse, nella costituzione stessa delle strutture sociali, che hanno quindi un'intima natura culturale. Esse esistono nel pensiero – e quindi nei piani economici e politici – in quanto strutture culturali virtuali, che si attualizzano nel momento in cui gli schemi e i modelli di distribuzione delle risorse vengono utilizzati dagli agenti sociali. Sta qui, probabilmente, l'idea più innovativa del saggio: anche le strutture (sociali) possono essere lette come testi per cercarvi gli schemi in essi iscritti, e queste letture sono – come tutte le interpretazioni – soggette a variazioni, e quindi, potenzialmente produttive di cambiamenti.

Che tra cultura come sistema e cultura come pratica debba esserci necessariamente opposizione analitica, come viene spesso sostenuto, non è dunque affatto scontato. Anzi, sembra vero il contrario, poiché non ci sarebbe alcun sistema (cioè alcuna struttura fatta di schemi e risorse, nel linguaggio dell'autore) se questo non fosse implicato e reso attuale nella pratica; al contempo, non ci sarebbe alcuna pratica *significante* se non ci fosse la possibilità semiotica di interpretarla, decifrarla, alla luce di un sistema simbolico strutturato [Sewell

1999]. Non opposizione dualistica, dunque, bensì *dualità*, cioè interazione dialettica e mutua costituzione, tra sistemi e pratiche¹⁵.

Queste osservazioni ci portano al tema della spiegazione culturale. La sociologia non avrebbe posto attenzione alla cultura e alla sua analisi, ci ricorda con forza Swidler in apertura del suo saggio seminale, se non vedesse in questa nozione un elemento utile per quello che resta l'obiettivo conoscitivo ultimo del sociologo: spiegare. Ma in che senso la cultura «spiega»? Attraverso quali meccanismi? Porsi queste domande vuol dire pensare la «cultura» come categoria innanzitutto analitica, come dimensione o principio dotato di potere esplicativo e non come complesso particolare, temporalmente e spazialmente situato, di simboli e pratiche (la «cultura cinese», quella «amerindia», quella «del ghetto», ecc).

È la distinzione, anche questa messa in luce da Sewell [*ibidem*]¹⁶ tra la cultura come *categoria esplicativa* e la cultura come *collezione etnografica* (e non sorprende che i sociologi abbiano guardato soprattutto alla prima). In effetti, la questione del potere esplicativo – e talora anche predittivo – della cultura rimane al centro del dibattito sociologico e non solo [Swidler 2001; McLennan 2002; Alexander 2003; Kaufman 2004]. Ma è chiaro che il futuro degli studi culturali, e il senso stesso di una sociologia culturale in quanto ambizioso programma di ricerca, resta condizionato dalla capacità dei suoi cultori di dimostrare l'autonomia almeno relativa della cultura (il suo carattere cioè *non epifenomenico*) e ancor più il suo potenziale contributo come principio di spiegazione sociologica, distinto da quello «strutturale» delle dinamiche demografiche e delle configurazioni reticolari (network) o spaziali, così come da quello «razionalista» del calcolo costi-benefici, tipico del pensiero economico [Alexander 1990; Kane 1991; Swidler 2001].

Il tema dell'autonomia della cultura è al cuore del cosiddetto «programma forte» della sociologia culturale, propugnato con vigore da Jeffrey Alexander, di cui diremo nell'ultimo paragrafo. Ma la questione era già stata posta per tempo da un brillante sociologo dei media come Michael Schudson in un influente saggio della fine degli anni Ottanta, anch'esso qui tradotto, dal titolo emblematico e decisamente promettente: *Come funziona la cultura?*, ovvero: quale influenza esercita la cultura, intesa come sistema di simboli, sul pensiero e sull'azione umana?

La strategia di Schudson è dichiaratamente differente e complementare rispetto a quella di Swidler, e anche per questo illuminante: laddove la sociologia di Berkeley sembra dirci che sono le caratteristiche della società piuttosto che quelle degli oggetti culturali a plasmare il potere della cultura¹⁷, inducendo

quindi il sociologo a concentrarsi sul contesto in cui si situano le forme culturali piuttosto che sulle forme culturali stesse, Schudson, pur concordando che i destinatari potrebbero essere «reclutati» da simboli o messaggi culturali in alcuni momenti e situazioni più che in altri, sostiene che esistono differenze tra gli oggetti culturali tali da rendere alcuni di essi più efficaci di altri nel reclutamento delle persone: vale a dire, nella loro capacità di influenzarne il pensiero e l'agire. Entrambi gli aspetti, quello dell'oggetto culturale e quello del suo pubblico, sono per Schudson degni di interesse e rilevanti per l'analisi dell'impatto causale dei simboli, impatto che, potremmo dire, varia non solo a seconda dei contesti, dunque, ma anche dei testi e delle loro proprietà.

L'obiettivo dell'autore in questo saggio non è avanzare nuove teorie o nuove concezioni della «cultura», ma piuttosto quello di contribuire alla costruzione di un linguaggio utile per discutere le variazioni di influenza dei vari elementi della cultura. Focalizzandosi sul campo degli studi sui media Schudson considera alcune dimensioni centrali nelle società mediatizzate contemporanee, offrendoci uno schema analitico sufficientemente articolato ma anche elastico con cui procedere empiricamente. Sono cinque in particolare le dimensioni della forza culturale che egli mette a fuoco nel suo saggio, divenute celebri come le «cinque R»: reperibilità (*retrievability*), forza retorica (*retorical force*), risonanza (*resonance*), ricordo istituzionale (*institutional retention*) e risoluzione (*resolution*). In breve, la tesi dell'autore, analiticamente argomentata con esempi tratti dal mondo della stampa e della televisione, è che la capacità di influenzare – cioè il potere causale – di un oggetto culturale è tanto maggiore quanto più l'oggetto è a disposizione di un pubblico, è costruito in modo da essere retoricamente efficace, si trova in sintonia con opinioni e strutture già consolidate, ed è orientato all'azione¹⁸.

Come vedremo, l'appello di Schudson per una più ricca comprensione delle proprietà degli oggetti culturali, in quanto tali e nei loro rapporti con i potenziali pubblici, ha avuto fertili sviluppi. Esso aveva del resto un importante precedente anche in un pionieristico saggio metodologico di Wendy Griswold, qui tradotto, su cui dunque torneremo.

2. LA CULTURA COME PRODUZIONE E COME CONSUMO

Fortunatamente, la rivitalizzazione del concetto di «cultura» e con essa la nascita di una sociologia culturale non si è concretizzata solo nella produzione di nuove metafore (la «rete di significati», il «repertorio», ecc.) e di nuovi co-

strutti analitici. Per quanto fondamentali, questi contributi teorici hanno avuto un forte impatto proprio perché sono stati accompagnati e seguiti da indagini più concrete su temi specifici e sostantivi. Tanto che uno dei fondamentali contributi che la rinnovata attenzione per la cultura e l'analisi culturale ha portato alla sociologia può ravvisarsi proprio nell'integrazione sempre più stretta tra teoria (sociale e culturale) e ricerca empirica (storica, etnografica ed anche quantitativa).

Per molti versi è proprio sotto forma di minuziose indagini empiriche che si è manifestata la rinascita degli studi culturali nella sociologia dei primi anni Settanta, il cui fuoco originario è stato pressoché tutto concentrato su un aspetto importante quanto a lungo trascurato della vita culturale nelle società contemporanee: la *produzione culturale*. Gli oggetti culturali – siano essi oggetti d'arte, o eventi (come spettacoli), ma anche oggetti di uso comune carichi di non comune o non immediato significato, come possono essere un disco di canzoni o un libro di ricette di cucina: non sono infatti semplici prodotti «naturali» di qualche contesto sociale, né sono necessariamente prodotti senza autori né storia emergenti dall'interazione anonima e collettiva di comunità fuori dal tempo. Al contrario, essi sono spesso veri e propri prodotti sociali, creati e distribuiti, acquistati ed utilizzati da una pluralità di persone e organizzazioni secondo modalità istituzionali specifiche e spesso altamente differenziate, specificamente segnati dalla loro posizione nella struttura sociale e in quella temporale.

È muovendo da questa semplice quanto spesso dimenticata constatazione che i primi sociologi della cultura hanno mosso i loro primi incerti passi, studiando l'uso delle macchine fotografiche, il funzionamento delle case editrici, il lavoro nelle redazioni e nei network televisivi, o le pratiche estetiche dei musicisti rock, da un lato, e i movimenti e i mercati artistici e le comunità scientifiche, dall'altro. È insomma *sub specie* di cultura oggettivata ed esplicita, incorporata intenzionalmente in un medium (dalla tela dipinta al disco registrato, dal programma televisivo alla rivista scientifica) o in una rete di relazioni e istituzioni sociali (la galleria d'arte, il festival, il laboratorio, ecc.) che la cultura ha fatto il suo ingresso nella ricerca sociologica, tra gli anni Sessanta e Settanta, come oggetto specifico e autonomo di indagine [Bourdieu *et al.* 1965; White e White 1965; Denisoff e Peterson 1972; Cantor 1971; Crane 1972; Tuchman 1978; Powell 1985].

Anche in questo caso, naturalmente, non mancavano precedenti. Nelle società occidentali contemporanee, l'industria culturale e mediatica ha avuto un intenso sviluppo che è stato al centro dell'attenzione prevalentemente critica di una parte importante della teoria sociale e politica del Novecento. In particola-

re, nel primissimo secondo dopoguerra, la Scuola di Francoforte, a partire dal celebre libro *Dialettica dell'illuminismo* di Max Horkheimer e Theodor Adorno [1947], ha analizzato gli effetti sociali e politici dello sviluppo dell'«industria culturale», espressione inedita appositamente coniata per rendere conto del flusso ingente di produzione e distribuzione di beni ossia merci culturali nel mondo della vita quotidiana, dai programmi radiofonici alle canzoni ballabili¹⁹ sino ai film e ai romanzi polizieschi.

Concepita come una parte della teoria critica, l'analisi dell'industria culturale ricalcava la più generale critica sociale e culturale della società amministrata e capitalistica di derivazione marxista, lasciando molto sullo sfondo l'indagine empirica di concreti contesti più o meno organizzati di produzione. A sua volta, la *sociologia della ricezione* o *del consumo culturale*, coltivata in questa stessa prospettiva critica, si è spesso ridotta ad una semplice e piuttosto scontata denuncia della fruizione mediatica, che concepiva i significati tratti dai prodotti culturali di massa come monoliticamente determinati dal processo produttivo. Il pubblico era descritto come omogeneo, passivo e acritico²⁰. Quest'accentuazione della passività del pubblico ha forse trovato il proprio apice negli anni Settanta nella teorizzazione postmodernista di un filosofo sociale originale e poliedrico come Jean Baudrillard, che arriverà alla conclusione che il pubblico si ritrova impotente nei confronti dell'industria culturale: i media e il vertiginoso moltiplicarsi delle merci sarebbero dunque i veicoli attraverso cui si crea un mondo *simulato* e iperale nel quale l'individuo non è più un attore sociale, un soggetto che agisce operando distinzioni simboliche e attribuendo senso alle proprie azioni, un fruitore di messaggi e prodotti culturali, ma uno spettatore passivo e anomico, un mero ricettore di sensazioni apatico e indifferente [Baudrillard 1970].

Il pessimismo postmodernista, così come la visione monolitica dell'industria culturale offerta dalla Scuola di Francoforte, sono stati ampiamente criticati (e non solo dai sociologi), ma l'idea di industria culturale da questa inventata resta tuttavia un importante contributo analitico-concettuale per la ricerca sociale e culturale contemporanea [Hesmondhalgh 2002; Steinert 2003; Lash e Lury 2007]. La prospettiva con cui essa viene impiegata è tuttavia cambiata, e non poco. La ricerca e la teoria culturale si sono mossi in effetti in una duplice direzione: da un lato, hanno teso a complicare, e soprattutto a *de-politicizzare*, il modello dell'industria culturale, considerando le diverse componenti, anche in conflitto tra loro, del processo di produzione di cultura, così come questo emergeva dall'indagine empirica su casi storici concreti più che dalla critica immanente e generalizzante; dall'altro, hanno rivolto l'attenzione non solo alla produzione, ma anche alle specificità dei processi di consumo, concependo

quest'ultimo non più come determinato dalla forma o dall'offerta dei prodotti, ma come relativamente autonomo e in se stesso significante.

Per comprendere l'articolazione interna dell'industria culturale, e quindi la complessità dei processi e dei significati che vengono attribuiti ai prodotti culturali nei diversi momenti della loro produzione, il modello forse ancora oggi più utilizzato, almeno in campo sociologico, resta quello che Paul Hirsch, sociologo dell'organizzazione e dell'industria prima ancora che sociologo della cultura o culturale, delinea nel saggio incluso in questo volume, originariamente pubblicato nel 1972.

In questo contributo pionieristico – in particolare rispetto a quella tradizione di ricerca sociologica divenuta nota come *prospettiva della produzione di cultura* [Peterson 1976; 1994; Peterson e Anand 2004; DiMaggio 2000; Santoro 2007b; 2008b] – Hirsch parte dall'idea che le organizzazioni coinvolte nella produzione e distribuzione di oggetti culturali di massa si trovano spesso di fronte ad ambienti caratterizzati da un alto grado di incertezza nei loro confini di input e output; da questo assunto, empiricamente verificato al confronto con i settori più commerciali delle industrie editoriali, discografiche e cinematografiche, Hirsch muove per modellizzare la struttura e il funzionamento delle organizzazioni aziendali che producono beni culturali, come appunto libri, dischi e film.

I prodotti culturali messi in commercio sono qui concepiti come beni immateriali, diretti ad un pubblico di consumatori di massa, per i quali svolgono un ruolo espressivo ed estetico, più che esplicitamente pratico. Hirsch analizza tre strategie gestionali: l'impiego di individui «di contatto» nei confini organizzativi; la sovrapproduzione e la promozione differenziata di nuovi beni; e la cooptazione di *gatekeepers* massmediali²¹. Arriva così a proporre il concetto di «sistema industriale» come cornice di riferimento mediante la quale seguire il flusso di nuovi prodotti e idee nei vari passaggi di filtraggio dal produttore al consumatore e in cui esaminare le relazioni tra le organizzazioni. L'autore mette quindi l'accento sulla differenziazione interna al sistema di produzione culturale, sul legame delle industrie produttive vere e proprie (case editrici, discografiche, cinematografiche), sia con i «creativi» (gli autori, gli artisti) sia con il «pubblico», grazie al lavoro di importanti *gatekeepers* o gestori di confini (i *talent scouts*, da una parte, e gli intermediari culturali o mediali, dall'altra: dai Dj ai recensori di libri). L'industria culturale si avvale nel complesso di due circuiti di feedback: quello che viene dai media (ad esempio le recensioni) e quello che viene dalle vendite (del prodotto culturale specifico o del *merchandising* ad esso connesso). Hirsch ha messo a punto questo modello per studiare i prodotti

culturali di massa (dischi, libri, film) che condividono alcune caratteristiche: innanzi tutto l'incertezza della domanda, in secondo luogo l'uso di tecnologie relativamente economiche, in terzo luogo l'eccedenza di aspiranti creatori culturali. L'industria si trova proprio in questo caso a dover regolare e confezionare l'innovazione culturale, e quindi a trasformare la creatività in prodotti prevedibili. Questo modello ha il merito di sottolineare la complessità interna al sistema di produzione, i diversi orientamenti ed interessi che la compongono, le molte mediazioni tra produzione e consumo, alludendo anche al ruolo attivo della ricezione di prodotti culturali²².

Alla prospettiva organizzativa di Hirsch, e da questa in parte ispirata, abbiamo affiancato il saggio di Richard A. Peterson e David G. Berger sui cicli produttivi dell'industria culturale, come caso specifico del carattere ciclico delle forme culturali, ma soprattutto come studio di caso esemplificativo e in effetti fondativo della già citata prospettiva della produzione di cultura [Dowd 2007; Santoro 2008b]. Si tratta di un interessante, e ancora oggi esemplare, contributo insieme teorico e di ricerca empirica, in cui una prospettiva analitica viene sviluppata e proposta insieme ad una sua almeno parziale verifica sul campo. I due studiosi esaminano qui i dati relativi alla struttura dell'industria musicale e ai generi musicali prodotti in circa un quarto di secolo, riscontrando una corrispondenza tra periodi di concentrazione del mercato e situazioni di omogeneità delle forme musicali, e tra periodi di competizione e situazioni di varietà delle stesse. Periodi relativamente lunghi di concentrazione gradualmente crescente sono seguiti da brevi esplosioni di competizione e diversificazione dell'offerta musicale, in cui i cambiamenti nella struttura del mercato anticipano i cambiamenti – e dunque le innovazioni – nella musica prodotta. Sulla base di queste osservazioni gli autori contestano la diffusa pretesa che i consumatori semplicemente «ottengano ciò che vogliono», e tuttavia non si limitano a sostenere, rovesciando l'impostazione tradizionale, che essi «vogliono ciò che ottengono». Cercano piuttosto di esplorare l'importanza delle forme organizzative dal lato della produzione, mettendo in rilievo il ruolo del grado di integrazione verticale tra il settore creativo, la promozione e la distribuzione, accanto a vari meccanismi interni all'ambiente transazionale dell'industria.

Nonostante l'apparenza dimessa e il ricco (ma anche «freddo») apparato statistico, il saggio ha avuto un'influenza notevole nel campo degli studi sociologici della cultura, mostrando come fosse possibile coniugare evidenza empirica, immaginazione sociologica e analisi culturale. Da qui ha preso le mosse una lunga serie di studi non solo sulle strutture del mercato culturale e i suoi effetti sull'innovazione artistica, ma anche sulle forme di classificazione estetica, sulla

produzione delle reputazioni artistiche e sui meccanismi di costruzione dell'autenticità²³.

È difficile in effetti sovrastimare l'impatto della proposta dell'approccio della produzione sull'evoluzione della sociologia della cultura come campo di ricerca. Come ha scritto Paul DiMaggio, «oggi siamo tutti teorici della "produzione di cultura"» [2000, 133]. In particolare, nonostante la crescente varietà di prospettive sociologiche sulle questioni culturali emersa dalla fine degli anni Settanta, la sua centralità nel campo della sociologia della cultura è stata più volte sottolineata e riconosciuta, non solo da chi la praticava ma, paradossalmente, anche da chi l'ha pesantemente criticata in quanto sociologia *empiricista*, teoricamente e criticamente debole [Denzin 1991; Negus 1977; Smith 1998a; Edles 2002; Eyerman e McCormick 2006; Alexander e Smith in questo volume].

Ma in cosa consiste precisamente questa proposta, e come si specifica il suo successo professionale? Per come fu originariamente concepita, quello della «produzione di cultura» può descriversi come un approccio o una prospettiva (non una teoria formale) per lo studio della cultura, che concepisce quest'ultima come un insieme (generalmente incoerente) di elementi simbolici il cui contenuto e la cui forma rappresentano, in via ipotetica, una funzione del contesto sociale (o *milieux*) della propria creazione, fabbricazione, marketing, uso e valutazione. La cultura – intesa come insieme di beni simbolici – può dunque essere interpretata sociologicamente attraverso una dettagliata analisi proprio di quei contesti e delle loro variazioni. Questa definizione delinea le coordinate di questa prospettiva, che sono così enucleabili: *a*) l'attenzione verso i simboli formalmente prodotti, cioè quei simboli esplicitamente prodotti e usati in organizzazioni dedicate specificamente a questo scopo; *b*) una priorità riconosciuta a fattori (strutturali, organizzativi, istituzionali, economici) esterni all'atto creativo. Insieme, queste due scelte hanno aiutato a differenziare l'approccio della produzione sia dalla tradizione dell'interazionismo simbolico – che stava sviluppando negli stessi anni una specifica prospettiva sociologica sull'arte e gli oggetti culturali attraverso il lavoro di Howard S. Becker –, sia dalla teoria critica dell'industria culturale (Adorno *in primis*) – il cui sguardo è sempre stato concentrato più su generali forze sociali (come il capitalismo o il fascismo) che sugli aspetti contingenti dell'organizzazione. Rispetto alla tradizione critica (che comprende sia la Scuola di Francoforte sia i *cultural studies* britannici), la prospettiva della «produzione di cultura» si è distinta anche per una posizione più neutrale nei confronti della cultura (di massa) e dell'industria, analizzate non in quanto problemi sociali ma neutralmente come fatti organizzativi [DiMaggio 1977]. Questa «depoliticizzazione» degli studi culturali [Hirsch e Fiss 2000]

fu doppiamente strategica: in primo luogo perché aiutò a legittimare lo studio della cultura nella sociologia *mainstream* dell'epoca, e poi perché contribuì a chiarire come fosse possibile studiare le questioni estetiche da un punto di vista sociologico, senza scivolare in quadri di riferimento propri di altre discipline, come la storia dell'arte o la critica musicale²⁴.

Musica (sotto forma di dischi), letteratura (sotto forma di libri), pittura (sotto forma di quadri), cinema (sotto forma di film), notizie (sotto forma di articoli di giornali) e più in generale arti e media (dalle stampe ai programmi televisivi di prima serata) sono dunque gli oggetti culturali tipicamente studiati dai sociologi che hanno seguito le tracce di Peterson e, con lui, dell'appena ricordato Becker, un sociologo della tradizione di Chicago, a lungo studioso di professioni e di devianza, che dagli anni Settanta ha concentrato la sua attenzione sui processi e i meccanismi sociali che presiedono alla produzione e alla circolazione artistica, elaborando quella che è nota come la teoria dei *mondi dell'arte* [Becker 1982]²⁵.

Laddove Peterson e la sua scuola si sono concentrati sullo studio dei processi di produzione culturale in contesti altamente strutturati e organizzati (imprese o interi settori industriali), Becker e i suoi allievi e seguaci²⁶ invece hanno privilegiato lo studio dei processi più informali di produzione culturale, quelli che passano attraverso reti di relazioni ed interazioni interpersonali: ad esempio tra artisti, o tra artisti e organizzatori di eventi, o tra artisti e critici d'arte, ecc. Un mondo dell'arte non è altro, tautologicamente, che «la rete di individui la cui collaborazione, organizzata grazie alla condivisione di metodi convenzionali di fare le cose, produce quel genere di opere artistiche che dà il nome al mondo dell'arte stesso» [*ibidem*; trad. it. 2006, 14]. Becker non vuole sviluppare una teoria estetica su base sociologica, bensì un'analisi sociologica che includa anche la teoria estetica e i suoi sostenitori (ad esempio i critici d'arte) come parte integrante del mondo dell'arte. Il concetto di «mondo dell'arte» aiuta a svelare l'organizzazione sociale del lavoro artistico che sta dietro il mito o l'ideologia dell'artista solitario che lotta contro la società. Come tiene a sottolineare Becker, infatti, la sua è una concezione assolutamente mondana, prosaica, della vita artistica: ciò che più sembra affascinarlo dell'arte è che essa è comunque un fare, un'attività, spesso codificata come un'occupazione, non troppo diversa dalle altre, che come le altre presuppone normalmente non solo una qualche forma di divisione del lavoro, non solo risorse materiali come tele, palchi, violini e macchine fotografiche, e qualcuno che le produca, le distribuisca e le aggiusti, ma anche un complesso insieme di norme socialmente condivise, di *convenzioni* (comprese le tante norme estetiche che guidano, localmente, la produzione, la

classificazione e la valutazione artistica) che sole permettono la collaborazione tra più soggetti.

La visione beckeriana dei mondi dell'arte ha avuto grande seguito, non solo fra i sociologi dell'arte, ma anche fra quelli della scienza e dell'economia. Insieme a Pierre Bourdieu, Becker costituisce il riferimento essenziale per chi pratica la sociologia dell'arte e della cultura, oggi [Alexander V.D. 2003; Heinich 2004]. Entrambi gli autori avanzano una concezione dissacrante e democratica dell'«arte», intesa come effetto di processi sociali e collettivi, in cui l'immagine del genio o del talento artistico eccezionale viene smontata e ricondotta, da un lato, a meccanismi di produzione collettiva della reputazione, dall'altro, ad una vera e propria ideologia del mondo artistico, funzionale alla creazione del valore dell'arte e alla costruzione e riproduzione delle gerarchie sociali anche attraverso l'attivazione di quello che Bourdieu ha chiamato il *capitale culturale*, il patrimonio cioè di conoscenze incorporate che consentono di apprezzare gli oggetti artistici legittimati dalle istituzioni consacrate e consacranti (la scuola o il museo) [Bourdieu 1979; Lamont e Lareau 1988; Lizzardo e Skiles 2008].

Diversamente da Becker, Bourdieu ha in effetti una visione del mondo della produzione culturale, e del mondo sociale, fortemente strutturata o organizzata (per questo, in fondo, anche più pessimistica). Il concetto di *campo* è lo strumento analitico utilizzato dal sociologo francese per catturare questa organizzazione sociale della vita culturale, organizzazione sostanzialmente gerarchica e fortemente istituzionalizzata, per quanto sempre modificabile dall'azione di individui e gruppi. Il campo, come dice spesso Bourdieu, è uno spazio di forze (come un campo magnetico) ma anche di lotte (come un campo di battaglia). Ed è anche lo spazio per un gioco che ha una posta e delle regole. A seconda del gioco, cambia il tipo di risorse che conta, che Bourdieu concettualizza con la metafora del «capitale» nelle sue varie forme, e la cui distribuzione ed evoluzione nel tempo forniscono struttura al campo stesso. A definire un campo è un certo grado, minimo, di autonomia; per questo un campo è anche definito da Bourdieu come un «microcosmo»²⁷. Il campo della cultura si è costituito storicamente in funzione antitetica e critica rispetto a quello dell'economia (borghese): non il denaro ma l'ispirazione, la capacità immaginifica e creativa, l'autenticità sono la posta in gioco del campo culturale. Ma ciò non vuol dire che gli agenti che operano in questo campo siano disinteressati, come la retorica e l'ideologia del mondo dell'arte affermano: piuttosto, essi hanno «interesse al disinteresse», interesse a mostrarsi disinteressati rispetto ai profitti materiali, configurando così un «mondo economico rovesciato» [Bourdieu 1992].

La teoria culturale di Bourdieu – che ha contribuito anche alla definizione

della prospettiva della produzione di cultura di Peterson – è all'origine di una ricca messe di studi empirici, non solo sulla letteratura (oggetto privilegiato dal sociologo francese [Bourdieu 1992]) ma anche sulla musica, sulle arti figurative, sulla moda, sui fumetti, sulla scienza, sul giornalismo, sulla gastronomia [Santoro 2008c]. Non sono comunque mancate le critiche a questa visione realistica, oltre che pessimista, del mondo sociale. Da un lato, studiosi come Becker e i suoi seguaci hanno rilevato il forte grado di strutturazione e di precostituzione delle chance d'azione che presuppone la teoria socioculturale di Bourdieu, in particolare con la sua nozione di «campo» come spazio strutturato, e gerarchizzato, di posizioni e di forze sociali [Becker e Pessin 2006; Alexander e Smith in questo volume]. Dall'altro, gli attori sociali del modello bourdieuiano sono apparsi a molti del tutto privi di capacità critiche e riflessive: la riflessività – intesa qui come capacità di tornare sull'oggetto e di mettere in discussione gli strumenti analitici per trattarlo – è solo nello sguardo dell'osservatore-sociologo, l'unico in grado di catturare il senso profondo delle azioni degli attori attingendo ad un livello di realtà, quello della «struttura», che resta inattuabile agli attori presi nella logica pratica del quotidiano [Boltanski 1990; Hennion 1993; Lahire 2004; Boltanski e Thévenot in questo volume]²⁸.

È invece a partire dal carattere attivo e creativo del consumo culturale che sono iniziati molti recenti studi rivolti più esplicitamente alla *relazione tra pubblici e industrie culturali*, mettendone in luce il carattere *interattivo*²⁹. Nel saggio qui presentato, Mark Gottdiener ci offre una prima influente elaborazione teorica del ruolo della ricezione nel circuito del prodotto culturale di massa. Sullo sfondo di un approccio sociosemiotico, attento alla continua ri-elaborazione dei significati, Gottdiener sostiene che l'analisi della cultura di massa non possa prescindere dall'analizzare le relazioni e le interazioni che si danno tra gli oggetti culturali, i loro produttori industriali e i gruppi sociali di cui fanno parte coloro che li consumano. A differenza di quegli approcci di ispirazione marxista che tendono a sottolineare il ruolo egemonico dell'industria culturale, Gottdiener pone enfasi sul fatto che gli oggetti culturali significano cose diverse per gruppi sociali differenti, e sul fatto che coloro che consumano la cultura di massa sono più attivi e creativi di quanto non si sia a lungo supposto.

Proprio la *sociologia della ricezione* – trascritta come sociologia del consumo culturale³⁰ – ha avuto grande impulso negli ultimi tre decenni [Moore 1993; Alexander V.D. 2003; Sassatelli 2004; 2007; Lizardo e Skiles 2008]. Essa si è sviluppata a partire soprattutto dagli anni Settanta con la messa in discussione della distinzione tra «cultura alta» e «cultura bassa» e la consapevolezza che i confini tra alto e basso sono storicamente determinati e culturalmente

variabili, e quindi con una critica dell'ideologia del «significato giusto» [Gans 1974]. Non è possibile capire la cultura contemporanea né i moderni mezzi di comunicazione senza mettere a fuoco gli usi e le gratificazioni, o più in generale, il processo di ricezione – situato, frammentato, diseguale – dei messaggi e dei prodotti culturali. La sociologia della ricezione contemporanea parte dall'idea che la ricezione di un oggetto culturale sia un processo sociale e culturale relativamente autonomo dalla produzione. A differenza dell'approccio critico, che assegna priorità alla sfera produttiva nell'oggettivazione del significato, e degli approcci formali o testualisti, che assegnano priorità alla forma del prodotto simbolico, la sociologia della ricezione adotta un approccio processuale e sottolinea che i significati di un oggetto non vengono iscritti in esso una volta per tutte, ma sono continuamente negoziati, e in tale negoziazione i riceventi hanno un ruolo importante. Nonostante le strategie promozionali messe in campo dal sistema dell'industria culturale, tanto il successo commerciale quanto l'influenza culturale di un prodotto culturale dipendono in larga misura dai significati che ne sapranno derivare determinati pubblici. Ci si riferisce ai «pubblici» più che al «pubblico» sottolineando il carattere socialmente organizzato e variegato della ricezione: più che di individui massificati, il pubblico è composto di molti gruppi tra loro diversi dal punto di vista dei media e dei generi che preferiscono o per la loro specifica posizione culturale e sociale che fornisce diverse ottiche interpretative [Moore 1993].

La sociologia della ricezione contemporanea parte spesso non solo dall'idea che i riceventi culturali sono forti e i significati iscritti nei prodotti culturali deboli (o da portare a termine), rovesciando così l'impostazione della scuola critica (che considera pubblici deboli e oggetti culturali forti anche se determinati nei loro significati dall'industria culturale), bensì anche dall'idea che il significato che i soggetti derivano da un prodotto culturale e il modo in cui esso viene effettivamente fruito e consumato sono co-estensivi, assegnando quindi particolare importanza ai contesti di fruizione (con le loro relazioni sociali e differenze di potere). Lo studio etnografico dei modi di utilizzare, ad esempio, la televisione è diventato centrale negli studi sul pubblico televisivo perché ci si è resi conto dei limiti di quegli approcci che, riproponendo una forma di determinismo testuale, si concentravano sull'analisi formale del contenuto dei programmi per immaginare come venivano interpretati dai consumatori [Lull 1990; Morley 1992; Moore 1993; Ang 1991].

In quest'ottica, la ricezione o il consumo culturale vengono indicati come una pratica attiva, creativa e persino sovversiva. È sicuramente vero che esiste una notevole sproporzione tra le risorse investite dalle industrie culturali per

controllare il mercato e quelle investite dai singoli consumatori di messaggi e prodotti culturali. Tuttavia, i pubblici sono «armati» di una serie di pratiche consuetudinarie per la gestione dell'ignoto che permettono loro di opporsi, forse non con pieno successo, ma almeno attivamente, alle strategie dei produttori. Anzi, per dirla con Michel De Certeau [1987], i lettori di libri, andando alla deriva nelle pagine, dovendosi arrangiare con quel che c'è, trovano il modo di utilizzare i testi in modi personali, a volte sovversivi. Radicalizzando l'idea di Umberto Eco che considera il leggere come una «co-produzione» e una «cooperazione interpretativa» tra lettore e scrittore [Eco 1975], sposando l'enfasi del critico letterario Stanley Fish [1980] che iscrive il lettore all'interno di «comunità interpretative» capaci di orientare la produzione di significato, De Certeau si oppone alla semiotica strutturale di Barthes che considerava le pratiche di lettura come l'attualizzazione da parte del lettore dei significati intesi dal testo e iscritti nella sua forma. Più in generale, i pubblici, muovendosi come dei *bricoleurs* negli interstizi lasciati a loro disposizione dalla cultura di consumo, «assimilano» i beni, non necessariamente nel senso che essi diventano simili a ciò che consumano, ma anche e soprattutto nel senso che li rendono simili a loro, appropriandosi e riappropriandosi dei prodotti, e per fare questo usano spesso delle «tattiche», dei modi ingegnosi con cui i deboli usano i forti, e quindi forniscono una dimensione politica alle pratiche quotidiane [De Certeau 1987].

I pubblici sono quindi stati studiati sia come decodificatori di significati non elitari che le élite non considerano – si pensi al celebre studio di Janice Radway [1984] sulle lettrici di romanzi rosa femminili –, sia come produttori di significati sovversivi, anche se non necessariamente capaci di incidere, almeno nell'immediato, sulle forme sociali consolidate. È in quest'ultima direzione che si è essenzialmente mossa la Scuola di Birmingham, cioè la fucina dei *cultural studies* britannici [Procter 2004; Demaria e Nergard 2008], da cui trae ispirazione anche Gottdiener nel suo saggio qui incluso. Sottolineando che le merci e le loro immagini sono non solo *polisemiche* ma anche *multiaccentate*, i *cultural studies* britannici hanno evidenziato che i prodotti culturali di massa possono essere messi al servizio di domande tutt'altro che omogenee e certo non meramente funzionali alla riproduzione della struttura di dominio³¹. Le forme di fruizione o decodifica che si configurano, per la propria creatività e opposizionalità, come consumo produttivo, sono stati considerati la cifra delle sottoculture giovanili degli anni Sessanta e Settanta.

Le sottoculture, scrive Dick Hebdige [1979, 102-103], sono «culture del consumo vistoso, anche quando, come nel caso degli skinhead e dei punk, certi tipi di consumo sono vistosamente rifiutati»; è attraverso i «particolari rituali

del consumo che la sottocultura allo stesso tempo rivela i suoi «segreti» e comunica i suoi significati proibiti»; è «proprio il modo in cui le merci vengono usate da una sottocultura che la separa dalle formazioni culturali più ortodosse». La sottocultura punk non è indicata solo come una «soluzione dell'immaginario» per una posizione di svantaggio sociale; è anche vista come il «segno di un'identità proibita», che lavora come contro-egemonia e difesa di uno spazio culturale autonomo. Anche nella cultura dei *motorbikers* studiata da Paul Willis [1978] i beni venivano caricati di valenze distintive e costitutive del gruppo: il rock'n'roll classico da Elvis Presley a Buddy Holly era una «scelta deliberata» volta a fornire ai membri anche e soprattutto un appiglio per veicolare una maschilità aggressiva, che apprezza la capacità di rispondere anche fisicamente ad un mondo duro e ostile. Lo stile di consumo dei *motorbikers*, così come quello degli *hippies*, dimostrerebbero così il potere «profano» dei gruppi subordinati e marginali «di prendere e fare propri, di selezionare e sviluppare creativamente alcuni artefatti per esprimere i propri significati» [*ibidem*, 166]. Ma, come sottolineato anche da Gottdiener, gli «oggetti transfunzionalizzati» prodotti dai gruppi sociali e dalle sottoculture, diventano «col tempo», di nuovo, «materiale grezzo» per l'industria culturale. E in effetti, per un autore come Willis, il quadro è in ultima istanza quello di una resistenza limitata nel tempo – perché nuovi usi e significati sottoculturali sono sovversivi allo stato nascente, ma tendono, non appena si stabilizzano, ad essere re-incorporati dalla cultura commerciale, perdendo il proprio originale carattere – e negli effetti – perché la resistenza simbolica delle sottoculture giovanili tende comunque a riprodurre le distinzioni di classe, e quindi una resistenza culturale non consequenziale sul piano sociale [Santoro e Sassatelli 2008].

L'impianto di analisi delle sottoculture proposto dai *cultural studies* rimane per molti versi classico, nel suo focalizzarsi sui gruppi marginali, caratterizzati da identità sociali che, come la classe, precedono le pratiche di consumo, e nella sua attenzione al contenuto politico. In questo approccio viene sottolineata la creatività delle pratiche di consumo o ricezione, ma non viene smontata la distinzione tra «produzione» e «consumo», non vengono studiate quelle pratiche culturali che, sfuggendo *in toto* o in parte al mercato, vedono gli attori coinvolti giorno per giorno nel fare cultura. Implicitamente, di segno opposto è invece la proposta che proviene da una diversa tradizione di analisi, quella interazionista che abbiamo già ricordato riferendoci all'analisi dei mondi dell'arte di Becker.

Tra questi, abbiamo scelto di includere nella nostra antologia uno dei saggi più influenti di uno dei più prolifici etnologi contemporanei della vita cultu-

rale, Gary Alan Fine, la cui produzione intellettuale è stata influenzata tanto da Becker quanto dall'altro grande esponente della tradizione interazionista, Erving Goffman [Sassatelli 2009b]. Come suggerito, sia la sociologia della produzione culturale, sia la sociologia della ricezione hanno col tempo tentato di specificare meglio i processi di produzione e consumo, identificando reti, istituzioni, processi e interazioni significative. Lo sviluppo della teoria culturale è in effetti andato di pari passo con la problematizzazione sociologica della nozione di «cultura» attraverso categorie come «istituzione» e «interazione». Se insieme di istituzioni come l'industria culturale o il mercato sono centrali nella comprensione di quello che convenzionalmente definiamo «produzione di cultura», le interazioni e i piccoli gruppi sono centrali per la comprensione del consumo o meglio dell'appropriazione di oggetti culturali nelle sfere della quotidianità e del tempo libero.

Nel suo saggio, Fine muove dall'ipotesi che l'evanescenza che spesso si attribuisce alla «cultura» come variabile (o categoria) sociologica sia conseguenza della difficoltà di specificare cosa si intenda per cultura e chi faccia cultura. Fine mostra che tale problema può essere parzialmente superato partendo dai *piccoli gruppi* che scambiano simboli e producono linguaggi condivisi in interazione e che, dando senso alle esperienze condivise e, attraverso queste, alle forme culturali, arrivano a condividere complessi mondi di significato, che egli definisce *idioculture*. Fine sviluppa la tradizione interazionista, che sottolinea la natura costruita dei mondi sociali ponendo enfasi sui significati culturali mediante i quali gli attori definiscono tali mondi e i loro confini, e propone come elemento cardine il «piccolo gruppo» e l'interazione verbale al suo interno³². Se descrivere i *patterns* culturali di una società nel suo complesso può essere un compito arduo, i confini culturali dominanti possono essere messi a fuoco concentrandosi naturalisticamente su piccoli ma ben delineati frammenti della realtà sociale che, in modo proprio, finiscono per riverberare tali confini. In questo modo, sebbene inviti a considerare la realtà esteriore del mondo sociale più ampio, Fine rimane fedele ad una tradizione interazionista che sottolinea la capacità delle «idioculture» di tradurre la struttura sociale in forme culturali specifiche. L'obiettivo è quello di dimostrare che il processo di creazione culturale è fondato sull'interazione e che solo attraverso lo studio di questa può diventare possibile la specificazione delle dinamiche implicate nella costruzione sociale di cultura all'interno di intere società.

La prospettiva di analisi culturale fondata sulla ricerca sui piccoli gruppi (*small group research*)³³ è oggi una delle più vivaci, anche grazie al recente contributo di una schiera di etnografi – soprattutto della vita politica e associativa

– che hanno molto contribuito al rinnovamento di un campo specifico di analisi un tempo molto influente ma caduto in discredito almeno fra i sociologi, quello sulla cultura politica [Putnam 1993]. È da questo ambiente di ricerca che è emerso quello che si presenta oggi come lo schema concettuale probabilmente più ricco e promettente per l'analisi della *cultura in interazione*, intesa come lo studio degli usi che le persone fanno delle strutture simboliche e delle rappresentazioni collettive nei microcontesti di vita quotidiana in cui agiscono, contesti che sono normalmente intessuti e organizzati da interazioni *face-to-face* o anche virtuali [Eliasoph e Lichterman 2003]. Il concetto di «stile di gruppo» – inteso come modalità di interazione interpersonale che media l'utilizzo, e filtra l'impatto, di sistemi generali di significato entro più limitati, ma socialmente cruciali, contesti relazionali locali (dal bar al circolo associativo sino alla sezione di partito o alla cellula di un movimento) – si presenta come un prezioso contributo non solo per l'analisi culturale di tipo etnografico e microinterazionista, ma anche per quell'integrazione tra sociologia culturale e psicologia sociale e cognitiva da molti auspicato [DiMaggio in questo volume].

Per quanto siano frammentati da reti di interazione più o meno forti e sottoculturali, i pubblici possono comunque essere identificati e definiti anche mediante differenti sistemi di *gusti* che la sociologia ha teso, con il già più volte citato Pierre Bourdieu, a proiettare su mappe, più o meno sofisticate, della struttura delle posizioni sociali. Il ruolo dei gusti e il loro rapporto con la struttura sociale è stato messo in luce da Bourdieu soprattutto nel volume *La distinzione* [1979], influentissima analisi dei rapporti tra capitale economico, capitale culturale e sistemi di gusti (o preferenze culturali ed estetiche), e mostrando che nella Francia del secondo dopoguerra le differenze di gusto (nella musica come nell'alimentazione e nello sport) erano riconducibili a strutture di posizioni sociali differenziate: realizzandosi in specifici stili di consumo, tendenzialmente coerenti anche se per definizione instabili e in trasformazione³⁴, i gusti segnerebbero, e insieme riprodurrebbero, distinzioni gerarchiche consolidate. In termini generali, lo studioso francese riconduce così il «buongusto» non ad una qualche forma innata o naturale di capacità di giudizio, ma all'idea di «gusto legittimo», inteso come la matrice sociologica dell'«estetica kantiana», quella forma di giudizio sul bello tipicamente caratterizzata da una contemplazione distanziata e formale che privilegia la mente e trascende l'immediatezza dell'esperienza e del corpo. Questa estetica dominante non è che l'effetto degli *habitus* – cioè dei modi di pensare e di vivere radicati in certe situazioni e condizioni sociali – dei raggruppamenti sociali superiori, cui si contrappone l'«estetica della cultura popolare» che, con la sua tipica preferenza per l'immediatezza, il piacere, la pra-

ticità, la sensualità e il concreto, è invece caratteristica dei gruppi sociali inferiori o dominati con scarso capitale economico e culturale.

La validità dell'analisi della struttura sociale del pubblico condotta da Bourdieu in questo libro seminale – uno dei pochi grandi classici della sociologia contemporanea – è stata messa in discussione, tra l'altro, sulla base di nuove ricerche empiriche che hanno tentato di saggiarne la robustezza anche in altri luoghi e tempi [Bennett, Emmison e Frow 1999; Lamont 1992; Lahire 2004; Bennett *et al.* 2009]. In particolare, comparando gli orientamenti nei confronti del consumo e del denaro della classe media americana e di quella francese, Michèle Lamont ha sostenuto che Bourdieu dimentica l'importanza delle diverse tradizioni nazionali nel fornire ed organizzare un repertorio culturale: i confini culturali che sono tracciati sulla base dell'educazione, del cosmopolitismo, della raffinatezza sono assai più deboli e meno definiti negli Stati Uniti che in Francia. E non si tratta di una semplice variazione sullo stesso tema: se negli Stati Uniti l'egualitarismo culturale rafforza l'anti-intellettualismo e favorisce una cultura più aperta, in Francia il basso livello di mobilità geografica limita gli atteggiamenti materialisti. La ricerca di Lamont ridimensiona l'immagine gerarchica del gusto offerta da Bourdieu, sottolineando che le società contemporanee sono dinamiche, che i diversi campi di potere, inclusi quelli del gusto e delle preferenze di consumo, sono aperti e instabili, e soprattutto si intersecano in modi sempre più complessi con altri campi, non da ultimo quello delle comunicazioni di massa, rendendo le distinzioni culturali assai più instabili, sfumate e sfaccettate.

Oggi, in effetti, l'analisi sociologica del gusto sembra sempre più spesso partire dalla constatazione di una diffusa pressione sociale per l'integrazione di più gusti, o capacità di apprezzare prodotti culturali anche molto diversi, e di una sostanziale difficoltà (postmoderna?) di stabilire definitivamente le connotazioni del «buon» gusto sulla base di una semplice omologia fra gerarchia culturale e gerarchia sociale (per cui a classe alta corrisponde gusto per forme culturali o estetiche elevate). In questo quadro, sono diventati importanti gli studi sul consumatore «onnivoro» inaugurati anch'essi dal già citato Richard Peterson in una serie di studi seminali su quella che lo stesso autore definisce «autoproduzione culturale» [Santoro 2008b]. Nel saggio qui incluso, scritto con l'allievo Roger Kern, Peterson suggerisce che, almeno nella cultura contemporanea statunitense, le persone di status più alto non evitano più le espressioni culturali considerate non elevate esibendo atteggiamenti «snobistici», ma si aprono al consumo e alla fruizione di una gamma sempre più ampia di oggetti e beni simbolici. In effetti, per beni diversi come il cibo o la musica, si stanno svi-

luppando strategie o modelli di consumo che anziché realizzarsi in un solo genere, stile o gusto si realizzano nella mescolanza di forme e prodotti diversi, nella varietà, nella diversità dei generi, e nel mescolamento tra cultura «alta» e cultura «bassa» [DiMaggio 1987; Peterson e Simkus 1992; Van Eijck 2000; 2001; Chan e Goldthorpe 2007]. Lo stile onnivoro dà valore alla varietà in quanto tale, riconducendo la raffinatezza e la sofisticazione culturale alla capacità di apprezzare, di gustare e conoscere i più diversi generi artistici, indipendentemente dalla loro collocazione nella gerarchia del valore culturale. Questa strategia fornisce innanzi tutto la possibilità di scegliere tra le diverse merci su un mercato sempre più ampio e globale, laddove l'infinitesimale differenziazione delle opzioni rende particolarmente difficile formulare degli stili esteticamente coerenti. Essa inoltre consente di «tenersi al passo» con un numero ampio di gruppi sociali, accrescendo così le proprie chance di essere riconosciuti come persone esteticamente competenti e di buongusto. In questa situazione le classi lavoratrici sono svantaggiate culturalmente non perché siano escluse dalla cultura «alta», ma perché le loro pratiche di consumo culturale sono, nel complesso, assai più ristrette e tendono a concentrarsi su pochi generi [Bennett, Emmison e Frow 1999; Emmison 2003; Ollivier 2008].

Simili studi, ogni giorno più numerosi e diversificati anche dal punto di vista metodologico (in particolare, grazie all'introduzione di tecniche di ricerca qualitativa ed etnografica che consentono di precisare e approfondire l'analisi dei trend quantitativi inaugurata da Peterson), mostrano molto bene l'ambivalenza della ricezione, del consumo, in termini di gerarchie culturali lineari: se l'apertura alla varietà apre anche spazi niente affatto scontati di tolleranza e scambio culturale, il controllo della varietà funziona come una strategia di formazione del capitale simbolico che può riprodurre, ad alto livello, le differenze sociali. In effetti, Bernard Lahire [2004], proprio nel caso della Francia, ha mostrato che gli individui più eclettici mantengono in larga misura un senso di gerarchia nelle loro pratiche così diverse mediante una forma di distinzione riflessiva. Consumano ogni tipo di oggetto culturale, ma discriminano con chi, dove e come consumare diversi oggetti culturali: in particolare tendono a preferire i generi «alti» per le situazioni pubbliche e a lasciare i generi «popolari» o «di massa» per il privato. Flessibilità, trasferibilità e onnicomprensività, più che un semplice «snobismo» esclusivista, caratterizzano oggi le competenze culturali dei gruppi favoriti. Al contrario, una delle tipiche manifestazioni di deprivazione degli abitanti dei ghetti [Hannerz 1969; Wilson 1987] è che, sebbene questi creino proprie espressioni culturali anche originali con le quali negoziano il complesso sistema di significati in cui vivono, difficilmente riescono a padro-

neggiare competenze culturali estranee al proprio ambiente di vita quotidiana [Anderson 1999; Lamont 2001; Wacquant 2004; Swidler 1986].

Nel complesso, l'immagine del pubblico attivo e critico che sta alla base della nuova sociologia della ricezione o del consumo culturale è stata quindi ulteriormente qualificata [Roscoe, Marshall e Gleeson 1995]: l'invito è a non dare per scontata la natura «sociale» della ricezione, considerando che con tale termine si possono intendere diverse dimensioni dell'esperienza, dai gusti agli schemi cognitivi, alle differenze sociali e culturali, sino ai contesti specifici di uso, che rendono la ricezione un processo almeno in parte contingente e difficilmente teorizzabile nei suoi esiti complessivi³⁵. Il consumatore culturale è attivo entro certi limiti, imposti dalle reti di relazioni – di produzione, distribuzione, consumo – congelate nel prodotto che fruisce. E in effetti, lo spostamento dell'enfasi della ricerca dalla produzione al consumo culturale tende a riproporre la questione, sollevata tra gli altri da Schudson nell'articolo qui incluso, dello statuto del prodotto culturale in quanto tale, con il tentativo di cogliere attraverso le «biografie» degli oggetti [Appadurai 1986] o la messa in prospettiva dell'intero «circuito culturale della merce» [Du Gay *et al.* 1997] il cristallizzarsi, attraverso il tempo e lo spazio, di differenti significati, opportunità e strategie in differenti prodotti.

3. L'AGENDA CONTEMPORANEA DELLA SOCIOLOGIA CULTURALE: QUESTIONI DI METODO E PRIORITÀ DI RICERCA

I quattro saggi che compongono l'ultima parte dell'antologia rappresentano altrettante piste significative di ricerca nel campo della sociologia della cultura o culturale. Non sono le uniche, si intende, ma sono quelle, ci pare, che meglio rappresentano oggi la frontiera della ricerca, definendo l'agenda di questa branca della sociologia – se non della sociologia *tout court* – dei prossimi anni³⁶. Non è un caso che esse si richiamino l'un l'altra, presentandosi come in parte complementari in parte alternative. Ciò che le rende particolarmente interessanti è la loro capacità di raccogliere sotto un unico denominatore risorse e tradizioni intellettuali anche diversissime – dalla narratologia alla fisiologia animale – contribuendo a fare della sociologia culturale uno dei luoghi in cui si discute il futuro stesso della conoscenza dell'uomo sull'uomo e in parte sulla stessa natura. Inevitabile, in un orizzonte così ampio, una certa dose di incomunicabilità, anche perché al fondo ci sono questioni di metodo ed epistemologiche, se non proprio ontologiche, di lunga durata.

Come rileva la sociologa americana Wendy Griswold nel saggio che apre questa terza parte, esistono sostanzialmente – o meglio, storicamente – due grandi approcci all'analisi culturale. Da un lato, ci sono gli approcci *interpretativisti*, focalizzati sugli oggetti culturali nella loro complessità e ricchezza di sfumature. Tendenzialmente idiosincratici, individualizzanti, non generalizzabili, gli studi che adottano questo approccio non si pongono particolari problemi di validazione empirica né di controllo intersoggettivo dei propri risultati. L'obiettivo di questi studi è decifrare la rete di significati racchiusa nelle opere culturali, ricostruendo le intenzioni degli autori, le loro modalità espressive, i loro orizzonti di senso e, quando possibile, il tipo o i tipi di ricezione che hanno generato nei loro pubblici (lettori, ascoltatori, spettatori, ecc.). Troviamo qui non solo le tradizionali discipline umanistiche e critiche (storia e critica dell'arte e della letteratura, musicologia, critica cinematografica, ecc.), ma anche quelle tendenze nel campo delle scienze sociali che privilegiano appunto il momento interpretativo, come l'antropologia interpretativa di Clifford Geertz, o la sociologia dell'arte di tradizione marxista (da Lukács ad Adorno), con la sua aspirazione ad una critica immanente (cioè intrinseca) dell'oggetto artistico.

Dall'altro lato, abbiamo i cosiddetti approcci *istituzionalisti* allo studio della cultura, che enfatizzano «l'azione collettiva e l'organizzazione delle risorse sociali nella produzione e nel consumo di beni simbolici». La sociologia della cultura di Pierre Bourdieu, la sociologia dei mondi dell'arte di Howard S. Becker e la tradizione nota come «prospettiva della produzione di cultura», tutte già esaminate, ne costituiscono gli esempi più influenti. Si tratterebbe, spiega Griswold nel saggio qui tradotto, di approcci che «riducono i fenomeni culturali a indicatori univoci di istituzioni sociali», facendo pochi sforzi per «investigare le caratteristiche multiple, spesso ambigue degli oggetti culturali in quanto tali». Questi studi istituzionali hanno obiettivi differenti da quelli interpretativisti. Per essi la cultura è indice di qualche realtà sociale: così, trattano gli oggetti culturali «come se fossero non dissimili da altri oggetti di produzione e di consumo, a parte forse la loro aura e la loro connessa capacità di demarcare posizioni di status»; così, come abbiamo visto, Becker, ad esempio, tratta l'arte come un'occupazione³⁷.

È in effetti uno degli assunti tipici di chi si muove in questa direzione che le organizzazioni artistiche siano solo un esempio di una più ampia classe di organizzazioni e che non dovrebbero pertanto essere trattate in modo diverso. Come ha avvertito Paul DiMaggio [1987, 9], «nulla è più pericoloso che personalizzare le organizzazioni artistiche e attribuire ad esse i motivi di innovazione e di virtuosità artistica associati alle concezioni romantiche dell'arte».

Non diversamente da ogni altra organizzazione, anche quelle artistiche devono affrontare problemi finanziari, far fronte ad ambienti turbolenti, darsi regole e una divisione di ruoli. Allo stesso tempo, come riconosce peraltro lo stesso DiMaggio, vi sono anche grandi differenze tra i modelli organizzativi delle istituzioni d'arte senza scopo di lucro (cioè *non-profit*) e ad alta intensità di lavoro, come i musei e le orchestre sinfoniche, e quelli delle organizzazioni che sono ad alta intensità di capitale e operano generalmente su basi di profitto, come sono le case discografiche e cinematografiche. Una simile prospettiva di analisi sistematica e comparativa di organizzazioni culturali ha dato, come suggerito, un notevole contributo alla conoscenza delle industrie e delle istituzioni culturali e dei problemi tipici delle organizzazioni che producono simboli. Questi ultimi non sono peraltro del tutto assenti dall'agenda degli istituzionalisti³⁸. Tuttavia, è piuttosto indiscutibile che chi ha privilegiato l'analisi dei modelli organizzativi o dei mercati ha teso a porre in secondo piano il problema del significato degli prodotti culturali³⁹.

Secondo Griswold, la distinzione tra i due approcci allo studio della cultura non va però esagerata. Essa spesso non fa che riprodurre la tradizionale dicotomia tra «comprensione» e «spiegazione», tra metodi ermeneutici e metodi esplicativi, insomma tra approcci umanistici e approcci scientifici: le «due culture» messe alla luce polemicamente quasi mezzo secolo fa in un celebre libello dallo scienziato e romanziere inglese Charles P. Snow [1959], e che peraltro la sociologia come disciplina si è spesso trovata a confrontare come «terzo»: né scienza né letteratura ma un miscuglio variabile dei due [Lepenies 1986]. Tanto più che i confini istituzionali tra scienze sociali e studi umanistici sono sempre più confusi [Geertz 1983], e c'è quindi spazio per integrare i due approcci in un framework metodologico più generale e proficuo, ciò che Griswold cerca appunto di fare nell'articolo qui incluso, e che ha poi perseguito in una serie di ricerche sulla produzione e il consumo letterario in numerose regioni del mondo, ed esteso al variegato mondo dei cosiddetti «nuovi media» [Griswold 1987; 1994; 2007].

In breve, l'argomento avanzato dalla sociologa americana⁴⁰ può essere così sintetizzato: tra spiegazione e comprensione non c'è opposizione, dal momento che si tratta di due momenti entrambi indispensabili dell'analisi culturale. L'analisi interpretativa, o comprendente, dell'oggetto culturale è il primo passo, inevitabile, di una sociologia culturale che non voglia perdere il suo oggetto. Ma la comprensione/interpretazione non esaurisce il processo conoscitivo, che richiede anche un momento esplicativo. Per questo, l'analista deve de-focalizzare lo sguardo dall'oggetto culturale, e concentrarlo sulla varietà di relazioni che

intercorrono tra l'oggetto culturale e gli attori del campo culturale, siano essi i creatori/autori, i riceventi/lettori, o i mediatori (imprenditori culturali, critici, ecc.). Il sociologo culturale ha compiuto il suo lavoro nel momento in cui è in grado di spiegare come un certo oggetto culturale – previamente smontato nei suoi elementi simbolici e nel suo sistema di significati – viene interpretato dagli stessi agenti sociali, in un processo di attribuzione di senso che non si esaurisce con la comprensione dell'analista, ma presuppone quella degli attori sociali coinvolti nel processo di trasmissione e ricezione culturale.

Scorre su binari paralleli, cioè verso il potenziamento della dimensione ermeneutica ed interpretativa dell'analisi sociologica rispetto alla tradizione della sociologia della produzione e degli approcci istituzionali, il progetto di una *sociologia culturale* avanzato e coltivato da Jeffrey C. Alexander e dalla sua scuola [Jacobs 2000; Alexander 1988; 2003; 2006; Edles 2002; Smith 2001; 2005; Eyerman e McCormick 2006]. Più radicale nelle premesse e nei risultati, non a caso lanciato con l'eloquente denominazione di «programma forte» per l'analisi sociologica della cultura, Alexander reclama una più profonda e ricca integrazione nella cassetta degli attrezzi del sociologo degli strumenti metodologici delle discipline umanistiche, dalle tecniche di analisi strutturalista a quelle narcatologiche, passando per la semiotica e la teoria drammaturgica⁴¹.

Come illustra efficacemente il saggio-manifesto qui proposto, scritto con l'allievo e coautore Philip Smith, il suo è un appello alla ri-costruzione di una sociologia che non vuole limitarsi ad indagare le condizioni istituzionali ed esteriori, ambientali, della produzione culturale – oggetto e orizzonte tipico della più tradizionale sociologia *della* cultura – ma che si introduca, e passando dalla porta principale, nello stesso oggetto o prodotto culturale, per rivelarne la struttura interna, la logica simbolica, semiotica e narrativa, e decifrarne il codice; una sociologia fondata cioè sulla rivendicazione a se stessa della piena legittimità non solo e non tanto di studiare la cultura ma di fare della «cultura», ridefinita in termini per nulla riconducibili alla sola dimensione normativa e assiologica, la cifra del suo stesso approccio: appunto, una sociologia *culturale* e non semplicemente una sociologia *della* cultura.

In questo senso, la sociologia culturale di Alexander fa suo l'invito di Schudson a giudicare, e misurare, l'influenza della cultura tramite una messa a fuoco dello stesso oggetto culturale, colto nelle sue proprietà e dimensioni interne. Ma se ne distanzia, come vedremo, per le modalità con cui questo invito viene sviluppato, modalità insieme più interdisciplinari e al contempo escludive.

Per Alexander la cultura è una pluralità di strutture narrative e discorsive, un complesso di codici che organizzano la comprensione, l'intelligibilità della

stessa vita sociale, da parte dei suoi attori, riprodotti nelle pratiche della vita quotidiana e insieme continuamente alterati in questo processo di riproduzione [Alexander 2003]. E questa struttura ha per Alexander – che lavora qui chiaramente sulla scia dello strutturalismo saussuriano e ancor prima durkheimiano – una rigorosa organizzazione binaria, che va appunto ricostruita nella sua autonomia, resa possibile dal carattere arbitrario dei segni [Alexander e Smith 1993]. Sacro e profano, male e bene, libertà e repressione, cittadino e nemico: sono antinomie come queste a strutturare i discorsi, le narrazioni, i codici simbolici, in una parola la «cultura», della società (civile e non solo) [Alexander 2003; 2006].

Così concepita, la cultura non è più una «cosa» (valori, norme, estetiche, conoscenze, retoriche) ma una dimensione onnipresente e pervasiva del mondo sociale. Questa dimensione è quella, semiotica, del significato. Weberianamente oltre che durkheimianamente, è nella loro natura di processi di produzione di significati, di *meaning-making*, che i processi sociali si rivelano dunque al sociologo. È per questo che una scienza del mondo sociale non può non essere anche e alla sua radice una sociologia «culturale». Solo se riconosciamo la loro natura ancipite – materiale e insieme simbolica, o meglio semiotica – possiamo infatti sperare di catturare pienamente la forza delle strutture sociali (ed economiche, e politiche), che non è mai solo costringitiva ma anche sempre «abilitante»: una risorsa e non solo un vincolo (come sia Bourdieu che Giddens, dobbiamo aggiungere, hanno da tempo sottolineato). Ne segue che solo se impariamo a distinguere *analiticamente* in queste strutture le loro dimensioni culturali dalle altre possiamo sperare di comprendere la loro forza, che non è mai solo bruta e meccanica, né razionalisticamente mediata, ma affonda nella «dimensione irrimediabilmente mistica del mondo» [Alexander *et al.* 2006], nelle viscere stesse, emotive ed esistenziali, della vita collettiva.

Trascesa e trasformata dal riconoscimento alla sfera della cultura di una più piena e strategica autonomia analitica, l'originaria adesione di Alexander al funzionalismo e alla teoria parsonsiana si è quindi sviluppata in un progetto molto più originale e potenzialmente ricco di implicazioni per il futuro della ricerca sociologica. Sta qui, evidentemente, il nocciolo duro di quello che Alexander ha chiamato il *programma forte* della teoria culturale, riferendosi esplicitamente a quella che è stata a suo tempo una svolta cruciale nel campo, circoscritto ma strategico, della sociologia della scienza⁴².

È una rifondazione paradigmatica del progetto sociologico stesso quello che Alexander e Smith propongono, a rischio di produrre un nuovo imperalismo là dove altre «nuove» sociologie (come quella economica, ad esempio,

nei confronti dell'economia) cercano di spezzarlo. Il rischio, si capisce, è infatti quello di smarrire la specificità della sociologia stemperandola nelle discipline che per definizione (e per tradizione) hanno nella cultura il proprio oggetto e criterio di demarcazione: dall'antropologia alla critica letteraria e artistica, dalla semiotica alla linguistica, sino alla filosofia del linguaggio e appunto della cultura. Ma questo rischio sembra scongiurato dagli autori, che evitano di risolvere la sociologia culturale in una semplice ermeneutica di fatti sociali trasformando piuttosto quest'ultima in una vera e propria *analisi culturale* epistemologicamente consapevole e sempre fondata su quello che resta il nucleo duro della professione, della tradizione e della disciplina sociologica: lo studio cioè delle interazioni e delle relazioni sociali, diversamente istituzionalizzate, diversamente strutturate, diversamente organizzate, ma sempre interazioni e relazioni tra individui e gruppi. I significati non scorrono liberi, ma sempre organizzati in strutture (binarie) che sole possono dare ad essi un senso, una direzione, un valore, e che si producono e riproducono nelle interazioni sociali tra individui e gruppi diversi anch'essi dotati di diverse – e diversamente utilizzabili a seconda della contingenza storica – risorse sociali. La sociologia culturale che i due studiosi propongono nel saggio programmatico qui tradotto è appunto un'*ermeneutica strutturale*, che parte dal filosofo storicista tedesco Wilhelm Dilthey per approdare sia a Weber (e a Geertz) sia, e in realtà, come accennato, soprattutto, a Durkheim: sono *Le forme elementari della vita religiosa* l'*Urtext* di Alexander e della sociologia culturale, che altro non è in fondo, vista da questa prospettiva, che un'abilmente congegnata e radicalmente perseguita sociologia religiosa e morale della vita collettiva [Alexander 2006; Smith 2005]. È dunque una sociologia culturale *poststrutturalista* quella proposta da Jeff Alexander e dalla sua scuola, centrata sulla ricostruzione e sull'analisi dei codici simbolici e delle retoriche che si muovono nel tempo e nello spazio attraverso relazioni collettive dando significato – o meglio, significati, rigorosamente al plurale – alla vita sociale: una *thick description* comparativa e storicamente fondata⁴³. Ma a differenza di Geertz, alla cui immagine di *thickness* ci si sta qui evidentemente riferendo, Alexander si mostra sensibile sia alle questioni del potere sia alla natura strutturata e strutturante della vita sociale.

Nonostante le apparenze, la sociologia culturale non si traduce dunque in una semplice forma di testualismo sociologico. È in questa luce che si può meglio comprendere anche la recente «svolta performativa» di Alexander, e con lui di un segmento della sociologia americana e tedesca [Alexander, Giesen e Mast 2006; Eyerman 2007]. Se l'azione è più che testo, la cultura è più di un sistema di simboli e significati. Essa è anche messa in pratica. O meglio, per

usare la terminologia di William Sewell, è una dialettica di sistema (simbolico) e pratica, o, meglio ancora, è la dimensione semiotica della pratica [Sewell 1999; 2005]. Significato e azione si richiamano l'un l'altra, e si rivelano nella pratica sociale: quella stessa pratica che molta teoria contemporanea della cultura, nel suo sforzo di contrastare la prospettiva a lungo egemonica, istituzionale e «produzionista», ha finito per dimenticare puntando tutto sulla sfera dei significati, della semiotica, del testo. Questa pratica per Alexander non è però riducibile al (più o meno) semplice seguire una regola, né può ricondursi *à la* Bourdieu ad un sistema infinitamente riproducibile di disposizioni acquisite e tacite che si rivelano sociologicamente nelle condotte quotidiane e nelle posizioni intellettuali, ma ha una sostanziale dimensione pubblica, comunicativa e drammatica, anzi drammaturgica: è performance, messa in scena, rappresentazione, dramma sociale appunto, che coinvolge attori e spettatori, e presuppone la mediazione di mezzi di comunicazione. Così, se il gusto come *habitus* si realizza attraverso la pratica, il gusto come performance si realizza attraverso la messa in scena del rapporto tra pratica e identità: per intenderci, sappiamo che ancora oggi gli uomini mangiano più carne (rossa) delle donne, e possiamo essere testimoni, in numerose occasioni conviviali, di quanto ordinare una bella bistecca al sangue aiuti a mettere in scena, per sé e per gli altri, la maschilità (e la prospettiva performativa andrà ad indagare tutte quelle associazioni simboliche, incluse le suggestioni poetiche ed evocative, che danno forza a tale messa in scena).

La ferma e reiterata rivendicazione di un «rafforzamento» della sociologia della cultura nella direzione di un'ermeneutica strutturale non è stata unanimemente raccolta dalla disciplina, in gran parte ancora indisponibile a rinunciare a ciò che costituisce uno dei fondamenti della tradizione sociologica, e cioè la sua ambizione scientifica, vale a dire empirico-sistemica. Secondo molti studiosi, il programma forte può forse catturare la poetica (e in parte anche la politica) della vita sociale, le strutture del sentimento che la animano dall'interno e dal profondo, ma solo a prezzo della perdita di controllabilità intersoggettiva dei risultati e della replicabilità dei procedimenti di ricerca. Di fatto, manca ad oggi una chiara indicazione di metodo circa le modalità di raccolta dei dati e soprattutto di validazione dei moduli interpretativi da applicarsi ad essi. Affidandosi pressoché esclusivamente a strumenti di analisi tratti dalle discipline umanistiche – come la semiotica o la teoria narrativa – i cultori del programma forte sembrano affidare le proprie analisi più alle loro capacità di interpretazione (al loro capitale culturale, direbbe Bourdieu) che alle regole di un metodo, replicabile e riproducibile, assoggettabile al controllo della comunità scientifica. Sta invece proprio nella loro operazionalizzabilità empirica, come si è notato, la «forza dei

programmi deboli» come quelli di Bourdieu e ancor più di Peterson e della produzione di cultura, così severamente criticati da Alexander e Smith perché non abbastanza radicali nell'autonomizzazione dello specifico culturale, ma anche per questo potenzialmente meglio attrezzati a catturare l'influenza delle forme sociali istituzionalizzate e delle strutture di potere sulla stessa dinamica culturale [Gartman 2007; Santoro 2008b].

Come abbiamo suggerito, gran parte della teoria culturale contemporanea deve fare i conti con l'idea che la cultura, più che un sistema di valori e norme, sia una pratica continuamente realizzata dagli attori sociali, in modo più o meno riflessivo. Ciò non implica, di per sé, l'abbandono di ogni dimensione morale o normativa nella ricerca sociologica, quanto piuttosto una sua problematizzazione critica. Secondo quanto proposto dai francesi Luc Boltanski e Laurent Thévenot nel saggio qui presentato, che riassume i contenuti del loro ormai celebre libro *De la justification* [1991], i «valori» sono reali ma vanno interpretati essenzialmente come «giustificazioni» di «grandezze» (*grandeurs*; in inglese *worths*). Si tratta di giustificazioni che hanno un carattere performativo: non delle semplici razionalizzazioni *ex post* o delle ideologie, quanto piuttosto delle pratiche discorsive che realizzano i valori stessi e non sono riducibili a mere questioni verbali, coinvolgendo piuttosto le prassi attraverso cui soggetti e oggetti si trovano in relazione. È soprattutto nei «momenti critici», nelle dispute, nelle situazioni di crisi o rottura del normale corso d'azione che i soggetti riflessivamente – attraverso una messa in prospettiva delle proprie classificazioni che le rende ancora più marcate e nitide – e pubblicamente – attraverso una messa in scena delle proprie ragioni e sentimenti – sono chiamati a rendere conto di se stessi, delle proprie scelte, delle proprie azioni.

Certo, sottolineano Boltanski e Thévenot, i momenti di rottura del *taken-for-granted* sono necessariamente limitati e transitori. Essi identificano solo uno dei possibili «regimi dell'azione» (gli altri essendo la violenza, la pace e l'*agapè*, o amore solidaristico [Boltanski 1990; Thévenot 2006]). E tuttavia, sono momenti importanti sia di cambiamento sia di riproduzione dell'ordine classificatorio. In tali momenti, per riprendere le parole di Swidler, le vite diventano instabili e le ideologie risultano maggiormente polarizzate, pregnanti ed urgenti per gli attori sociali. Da tutto ciò emerge chiaramente il ruolo sociale del conflitto, la sua centralità nei processi di stabilizzazione e mutamento delle classificazioni sociali. L'«imperativo giustificatorio» – come lo chiamano gli autori – interessa sia colui che accusando deve produrre giustificazioni a supporto delle critiche, sia colui che accusato deve giustificare le proprie azioni per difendersi. Le dispute quindi non solo rendono evidente la varietà di punti di vista, ma tendono

anche a fissarli in visioni del mondo contrapposte e tuttavia predicate su «regole di accettabilità» tendenzialmente condivise.

Queste regole di accettabilità vengono riportate dai due autori francesi ad una serie di sei caratteristiche «ordini di grandezza» o (appunto) «di valore»⁴⁴ che disegnano immagini di altrettanti mondi comuni, organizzati secondo spesso taciti ma ben precisi principi che attribuiscono altrettanto precise caratteristiche e identità ai soggetti che li vogliono abitare. L'immagine di questi ordini di grandezza non è evidentemente lontana da quelle già note dei repertori, da un lato, e dei mondi (dell'arte, con le loro convenzioni), dall'altro. In effetti, ci sono solide connessioni anche intellettuali fra questi approcci, riconducibili grosso modo all'influenza – tanto sulla sociologia interazionista beckeriana quanto su quella delle capacità critiche di Boltanski e Thévenot – di una tradizione pragmatista di pensiero, che ha le sue radici in filosofi americani come William James, John Dewey e George H. Mead, ed europei come John Austin e soprattutto Ludwig Wittgenstein. E infatti, è anche come *sociologia pragmatica* che la proposta dei due francesi è stata avanzata ed è stata recepita e discussa [Silber 2003]. E a ben guardare, è ancora questa tradizione pragmatista ad informare, seppure in modo più surrettizio ed implicito, anche il *tool-kit model* di Swidler, il cui diretto precedente nella storia della sociologia americana è da rinvenire in un classico saggio di Charles Wright Mills, filosofo pragmatista passato presto alla sociologia, dedicato all'azione situata e a quelli che l'autore ha felicemente chiamato *vocabolari di motivi* [Mills 1940].

Ciò che sia Swidler sia Boltanski e Thévenot sostengono infatti, in una convergenza che è tanto più significativa essendo l'effetto di percorsi di ricerca svoltisi per un gran tratto in modo del tutto indipendente sulle due sponde dell'Atlantico, è una concezione della «cultura» come vocabolario di giustificazioni o motivazioni per l'azione situata [Lamont e Thévenot 2000; Silber 2003]. Non ci sono motivazioni culturalmente definite che ci consentono di rendere conto, sociologicamente, dell'agire, non è consentito al sociologo attingere al livello profondo delle spinte psicologiche da cui ha origine una decisione o un certo corso d'azione: tutto quello che egli può fare è identificare le giustificazioni addotte dagli attori per le loro azioni, ricostruendone le condizioni di possibilità (quali vocabolari? quali repertori? quali ordini di valore?), le forme di impiego di quelle condizioni di possibilità nella costruzione di strategie d'azione concrete, e valutando gli scarti fra le giustificazioni e le pratiche empiricamente osservabili.

Accanto a questa prospettiva se ne delinea peraltro un'altra, che pur non cercando di esaminare le spinte psicologiche soggettive, prende sul serio i risul-

tati di ricerca di quella particolare branca della psicologia che si occupa della cognizione e delle sue condizioni di possibilità. È questa la strada percorsa dal denso saggio che conclude questa antologia, firmato da uno dei più originali ed influenti sociologi americani contemporanei, Paul DiMaggio. Studioso delle organizzazioni e delle disuguaglianze culturali (e allievo di Peterson e di Swidler [DiMaggio 2009, soprattutto l'Introduzione], DiMaggio si cimenta in questo testo, divenuto presto un riferimento indispensabile per i sociologi culturali, su un tema di fatto coltivato sino ad allora solo da pochi e sparsi studiosi di tradizione etnometodologica o interazionista [Cicourel 1973; Goffman 1974; Zerubavel 1991; 1992]⁴⁵: il rapporto fra cultura e cognizione, o meglio fra sociologia culturale e ricerca cognitivista, la ricerca cioè sui fondamenti e i meccanismi di funzionamento della mente, condotta per lo più sperimentalmente da psicologi e fisiologi.

Si tratta, come è noto, di un filone di ricerca che ha conosciuto negli ultimi tre decenni importanti e in parte impensabili sviluppi, che hanno per certi versi rivoluzionato la nostra conoscenza dei processi decisionali e più in generale cognitivi. Può essere questa l'occasione per introdurre un concetto rimasto sin qui nell'ombra, nonostante le sue potenzialità per una sociologia culturale (del resto già sfruttate, soprattutto dai sociologi culturali attivi nel campo di studi sui movimenti sociali): il concetto di *frame*, introdotto in sociologia da Erving Goffman nei primi anni Settanta. Come è noto, il sociologo canadese, conosciuto soprattutto per i suoi brillanti studi sulle forme dell'interazione interpersonale e sulla condotta nei luoghi pubblici, non pensava alla realtà come ad una qualità intrinseca degli oggetti e delle situazioni che si impongono a noi. Sosteneva piuttosto – sulla scorta della tradizione di Chicago in cui si era formato, oltre che di una certa lettura di Durkheim e soprattutto dei risultati delle sue ricerche etnografiche negli ospedali psichiatrici e nei casinò – che gli oggetti, così come le scene di vita quotidiana e gli attori che ne fanno parte, ci appaiono reali solo attraverso e a partire da una prospettiva, o meglio una «cornice» (*frame*): un «contesto di comprensione» e «di riferimento», un complesso di «premesse organizzative, sostenute sia nella mente che nell'attività», che orienta le nostre percezioni all'interno di tale contesto [Goffman 1974]. In altri termini non esisterebbe per noi una realtà che non sia anche senso, cioè una definizione – più o meno complessa e condivisa – di ciò che sta accadendo, inclusa, al limite, una definizione puramente negativa⁴⁶.

Il concetto di *frame* ha trovato proficue applicazioni nel campo della sociologia culturale soprattutto grazie alle ricerche di studiosi dei movimenti sociali [Johnston e Klandermans 1995], dei media [Gitlin 1979; Gamson e Modigliani

1989], della memoria [Schwartz 1996] e della partecipazione politica [Eliasoph 1998; McLean 1998]. Ma quello di *frame* è solo uno dei concetti utilizzati e sviluppati nella ricerca cognitiva, in cui spicca piuttosto la nozione di *schema* (o *schemata*), originariamente proposta in un classico studio sulla memoria dallo psicologo Frederic C. Bartlett [1932], e quindi ripresa e sviluppata anche sperimentalmente dagli psicologi cognitivisti nel corso degli anni Settanta e Ottanta⁴⁷.

È ai risultati di queste ricerche che volge lo sguardo DiMaggio. Obiettivo del saggio qui tradotto è in effetti quello di creare un ponte fra la ricerca sulla cultura in campo sociologico e la ricerca sulla mente in campo psicologico, muovendo dalla considerazione che «i sociologi interessati a studiare come la cultura entra nella vita quotidiana avanzano necessariamente delle ipotesi sui processi cognitivi», e che per questo conviene saggiare gli assunti impliciti delle teorie sociologiche fondandole microcognitivamente. Non è qui il caso di entrare nel dettaglio di un testo il cui valore è anche nella precisione analitica con cui ricostruisce dibattiti e li mette in comunicazione, cercando di distillare ciò che di più rilevante ricerche sperimentali condotte da studiosi che solitamente *non* si confrontano con i sociologi hanno da offrire a questi ultimi.

Come il lettore potrà verificare, DiMaggio non si limita peraltro nella sua analisi a passare in rassegna letterature tra loro non comunicanti, ma ricava da queste e dal loro confronto anche conclusioni – o almeno indicazioni di ricerca – che premiano alcune posizioni sociologiche rispetto ad altre. In particolare, emerge da questa ricostruzione del dibattito su cultura e cognizione un argomento a favore dell'idea di cultura come repertorio intrinsecamente frammentario e contraddittorio di simboli e schemi (o *scripts*), da cui gli attori sociali attingono selettivamente e strategicamente in funzione dell'ambiente in cui si trovano ad agire e a prendere decisioni. Si tratta, è bene dirlo, di una conclusione che non può ancora prendersi per definitiva: non mancano infatti indicazioni, nella letteratura sociologica più recente oltre che in quella antropologica, a favore di una maggiore cautela rispetto alla totale dismissione di una visione della cultura – e dell'influenza culturale – come fondata su motivazioni e persino valori interiorizzati [Vaisey 2008; D'Andrade 1995]. Lo stesso DiMaggio, del resto, in un contributo successivo, ha messo l'accento su due forme di cognizione – «calda», cioè più pratica e automatica, e «fredda», cioè deliberativa e cosciente – che rimandano presumibilmente a diversi modelli di radicamento di materiale culturale nella mente, anche sotto forma di valori, oltre che di disposizioni o di schemi [DiMaggio 2002]⁴⁸.

Ciò che ci preme invece qui soprattutto evidenziare, a conclusione di questo percorso, è l'assunto di fondo da cui muove il saggio, e più in generale la sociologia culturale di ispirazione cognitivista [Cerulo 2002; 2004; 2006; Lizardo

2004; 2007; Berensen 2005; Ignatow 2007; Vaisey 2008; 2009]: che quanto per i sociologi costituisce ancora un ordine di fenomeni metateorico come tale non assoggettabile al controllo empirico – come appunto sono gli stati mentali degli attori sociali – diventa squisitamente empirico quando studiato dal punto di vista strategico della psicologia cognitiva.

Sta forse qui il futuro dell'analisi culturale? Difficile prevedere. Di certo, la psicologia cognitiva può offrire molto per una più precisa, e soprattutto empiricamente fondata, ri-costruzione della nozione di cultura, e di una sociologia culturale esplicativa. Resta però, allo stato, poco plausibile pensare che lo studio della cognizione umana possa azzerare il ricorso a quelle capacità interpretative, anch'esse profondamente culturali, che sono parte del patrimonio non solo personale ma anche collettivo della sociologia culturale e in fondo della sociologia come disciplina, oltre che degli stessi attori e agenti sociali da essi studiati.

Nell'attesa di scoprire cosa ci riserva il futuro, possiamo intanto goderci queste letture, fra le più brillanti e influenti che la sociologia contemporanea abbia da offrire.

NOTE

¹ A questi potrebbero aggiungersi almeno altri tre classici della sociologia della prima metà del Novecento, come Mannheim [1929], Merton [1938] e Elias [1939], tutti focalizzati su processi, meccanismi o istituzioni di ordine culturale.

² La distinzione fra «sociologia della cultura» e «sociologia culturale» è spesso puramente terminologica. Di fatto, molti studiosi adottano indistintamente l'una o l'altra. Si veda però il saggio di Alexander e Smith in questo volume per una distinzione concettualmente informata, che identifica la prima con lo studio della cultura a partire dalla struttura o organizzazione sociale, e la seconda come l'acquisizione alla sociologia di un'ipotesi forte di autonomia analitica della cultura, tale per cui questa assume forza esplicativa in ultima istanza (o quasi) rispetto alla stessa struttura sociale.

³ Sia qui sufficiente ricordare i nomi di Jürgen Habermas, con la sua teoria dell'agire comunicativo [1984], e quello di Raymond Williams [1977], tra i fondatori dei cosiddetti *cultural studies* britannici. Per una caratterizzazione di questa tradizione europea rispetto a quella più recente americana – a cui anche in questo volume daremo la precedenza – si veda Smith [1998a].

⁴ L'assenza nell'antologia di due autori fondamentali per la contemporanea sociologia culturale come Pierre Bourdieu e Howard S. Becker non ha altra ragione che la disponibilità in traduzione italiana dei loro maggiori testi, facilmente accessibili. Si vedano in particolare Becker [1963; 1982] e Bourdieu [1972; 1979; 1992; 1994]. In questa Introduzione, naturalmente, non mancheremo di soffermarci sul loro contributo ogni volta che sarà opportuno.

⁵ Si vedano, ad esempio, Lopes [2004], sul jazz, e Baumann [2007], sul cinema; per il concetto di «declassificazione culturale», cioè la perdita di valore estetico di un intero genere artistico, si veda invece DiMaggio [1987].

⁶ Per un bilancio critico circa queste tendenze, che sconfinano nella questione (e nella prospettiva insieme teorica e politica) del cosiddetto *postcolonialismo*, si può consultare con profitto Steinmetz [2004].

⁷ Non si è trattato, sia chiaro, di un'immensa rivoluzione intellettuale; l'idea di «significato» era già presente oltre che in Max Weber e nella sua definizione di «agire sociale» come agire dotato di senso, nelle più influenti definizioni generali di «cultura» allora in circolazione (ad esempio in quella elaborata da Talcott Parsons [Parsons e Kroeber 1958]). E quella di «simbolo» era stata identificata come meccanismo basilare per un'ipotetica «scienza della cultura» dall'antropologo Leslie White già negli anni Quaranta. Ma la messa a fuoco di questa cruciale dimensione simbolica e semiotica della cultura – specie dopo la svolta strutturalista degli anni Sessanta con Lévi-Strauss, Barthes e in qualche misura anche Foucault – ha molto aiutato se non a ridurre l'ambiguità semantica del concetto, a fornire un centro di gravità all'analisi culturale.

⁸ Si veda anche Rabinow e Sullivan [1979].

⁹ Per una rassegna si veda Smith [2001].

¹⁰ Sebbene la teoria della pratica sia stata sviluppata negli ultimi due decenni in direzioni anche piuttosto diverse [Schatzki, Knorr Cetina e von Savigny 2001], con la nozione di «pratica» tipicamente si indica un'azione che è sia routinaria sia *incorporata*, condotta da un soggetto in carne ed ossa. L'enfasi non è quindi sull'azione come operazione linguistica e volontaria, quanto sull'azione come «fare» fondato su competenze, abilità, spesso tacitamente apprese, sempre situato nello spazio e nel tempo. Un fare che non segue meccanicamente una regola, ma che usa le regole piegandole alle proprie finalità pratiche.

¹¹ Anticipata dall'antropologo svedese Ulf Hannerz, che l'aveva utilizzata di passaggio nella sua classica etnografia *Soulside* [1969], la metafora sarebbe stata poi ancora ripresa e sviluppata dalla stessa autrice a distanza di oltre un decennio in un libro sulla «cultura dell'amore» tra gli statunitensi [Swidler 2001].

¹² Si veda anche Wrong [1961].

¹³ Una traduzione empirica di questo approccio è offerto dalla stessa autrice [Swidler 2001]. Per un'applicazione della concezione swidleriana delle «strategie d'azione» ad un caso non occidentale si veda Derné [1995].

¹⁴ L'eterogeneità temporale dunque non si traduce solo in eterogeneità causale ma anche nel riconoscimento dell'importanza epistemologica dell'idea di «diversità culturale» intesa «nel senso più ampio possibile». Il ricorso al concetto di «cultura» come strumento analitico per trattare la diversità (temporale e spaziale) è quanto distingue il programma di ricerche di Sewell da quello parallelo del sociologo di Chicago Andrew Abbott [2000; 2004].

¹⁵ È opportuno notare che Sewell utilizza la nozione di «sistema» in senso *analitico* come rappresentazione dell'insieme di interrelazioni tra i significati, insistendo sul fatto che in ogni situazione sociale *concreta* sono all'opera più codici tra loro inconsistenti o in conflitto. Ciò differenzia Sewell da sociologi culturali come Jeff Alexander e da antropologi simbolici come Schneider, che presuppongono nelle loro analisi una presunta intrinseca coerenza dei sistemi e dei codici culturali vigenti.

¹⁶ Si veda anche Santoro [2008a].

¹⁷ In realtà, l'autrice ha ancora recentemente sostenuto che il proprio schema non attribuisce ai fattori situazionali o ambientali il ruolo di influenza principale sull'azione. Sarebbero invece «gli stili, le competenze e le abitudini appresi», ovvero le «capacità culturali» che si possiedono, a fornire il nesso più robusto tra cultura e azione [Swidler 2008]. Il fatto stesso che la studiosa sia stata spesso indotta alla precisazione è un indizio, ci pare, dell'ambiguità della sua posizione.

¹⁸ Per un affascinante utilizzo di questo modello delle «cinque R» allo studio di un caso di censura culturale del XIX secolo si veda Beisel [1993].

¹⁹ Si veda anche Adorno [1941; 2006].

²⁰ La ripresa degli studi sul consumo, dopo i classici contributi sociologici di autori come Simmel o Veblen, si è avuta inizialmente ad opera soprattutto dell'antropologia, a partire dalla sua tradizione di «cultura materiale»: si pensi al lavoro di Mary Douglas [Douglas e Isherwood 1979], di McCracken [1988] o di Miller [1987]. Sulle complesse dinamiche intellettuali sottese si veda Sassatelli [2004]. Diversi contributi fondamentali sui consumi sono ora disponibili, tradotti in italiano, in Mora [2005] e Signorelli [2005].

²¹ Il concetto di *gatekeeper* – letteralmente, «guardiano, controllore dei cancelli» – è stato introdotto nella letteratura sociologica sulla comunicazione da David Manning White in un classico studio sulla «selezione delle notizie» nelle redazioni dei giornali [1950].

²² Hirsch è tornato a distanza di quasi trent'anni sul suo modello, confermandone e talvolta precisandone le intuizioni originarie alla luce degli sviluppi successivi della ricerca, anche nel campo delle organizzazioni non-profit originariamente da lui non considerate [Hirsch 2000]. Per un'applicazione ingegnosa del modello al caso della produzione intellettuale si veda Griswold [1994]. Sullo stesso argomento, un contributo innovativo, fondato sulla teoria delle reti sociali e dei rituali che dichiaratamente prende le distanze dalle teorie della produzione culturale sviluppate nel campo degli studi sulla «cultura di massa» o «popolare», è stato offerto da Collins [1999].

²³ Per un'ampia rassegna si veda Dowd [2007]; per uno sviluppo originale della prospettiva si veda anche Dowd [2000]; sulle classificazioni si vedano DiMaggio [1987]; Lena e Peterson [2008]; sull'autenticità si vedano Peterson [1997]; Santoro [2002].

²⁴ La prospettiva della produzione di cultura è stata anche criticata per non prendere in considerazione le condizioni culturali della produzione, cioè la complessa trama di norme, valori, assunti (ad esempio sulle differenze razziali) e significati entro cui operano le organizzazioni di produzione. Si è proposto per questo il concetto di «culture della produzione» [Negus 1997]. Una critica analoga, ma dall'interno della prospettiva, era stata avanzata da Fine [1992], con specifica attenzione alle norme estetiche che presiedono al lavoro di produzione culturale, persino nelle cucine dei ristoranti.

²⁵ Come già accennato, l'assenza in questa antologia di un autore come Becker (così come di Bourdieu) trova ragione unicamente nell'ampia disponibilità di traduzioni italiane delle sue (delle loro) opere, a cui rimandiamo.

²⁶ Oggi particolarmente numerosi in Francia: si veda ad esempio Becker e Pessin [2006]; per un esempio di ricerca empirica si veda Buscatto [2007].

²⁷ L'autonomia del campo è tanto maggiore quanto più il capitale simbolico specifico (cioè la reputazione da parte degli agenti del campo specifico, in questo caso quello letterario) conta rispetto alle forme di capitale generale (o temporale, cioè non simbolico), di cui Bourdieu ha identificato tre forme principali: economico (studiato a suo tempo da Marx e dagli economisti), culturale e sociale.

²⁸ Ma si veda, per una più comprensiva discussione della forza e dei limiti della teoria sociale di Bourdieu, in una letteratura ormai sterminata che non smette di crescere, oltre al saggio di Sewell qui incluso, almeno Gartman [2007]. Per una ricca bibliografia si rimanda a Santoro [2008c].

²⁹ Ciò è evidenziato, tra l'altro, dall'esistenza per la stessa categoria di prodotto di diversi mercati paralleli e coesistenti, mercati in parte riportabili alle richieste di pubblici diversi: ad esempio Greenfield [1989] ha mostrato che in Israele esistono due mondi dell'arte paralleli, quello dell'arte concettuale ed astratta (alimentata da burocrati ed intellettuali facoltosi che

acquistano per i musei) e quello dell'arte figurativa (alimentato dalla borghesia ricca e dalle gallerie che la forniscono).

³⁰ Per un'efficace e aggiornata rassegna degli studi sul consumo culturale si veda Lizardo e Skiles [2008], che però insistono soprattutto su quello che chiamano il «paradigma del capitale culturale», inaugurato da Bourdieu negli anni Settanta.

³¹ Considerate esclusivamente nel loro momento interpretativo, le pratiche di ricezione possono dunque andare in direzioni diverse, come ha sostenuto Stuart Hall [1973] nel suo influente *Encoding/Decoding*: non solo decodifiche dominanti o negoziali (in cui il contenuto dell'interpretazione è omologo, o solo superficialmente modificato, rispetto alla codifica egemonica che riproduce il punto di vista di una ristretta élite dominante), ma anche oppostive (dove pur avendo compreso il testo mediale la decodifica si compie mediante codici opposti a quelli dell'emittente, sovvertendone i significati in modo deliberato).

³² La ricerca sui piccoli gruppi ha radici piuttosto profonde nella psicologia sociale, grazie soprattutto alle ricerche di Kurt Lewin, Robert F. Bales e Muzar Sherif. Per una ripresa di questi studi, con indicazioni programmatiche anche rispetto alla sociologia culturale, si veda Harrington e Fine [2004]. A Fine si deve anche un interessante tentativo di rilettura interazionista della tradizione di ricerca sulle subculture: si vedano Fine e Kleinman [1979] e, per un'applicazione ad un caso italiano (la «subcultura mafiosa»), Santoro [2000].

³³ Le ricerche di Fine sui microcontesti di produzione simbolica hanno esercitato una significativa influenza nel corso del tempo, in parte anche come effetto dell'ampia gamma di esperienze e istituzioni esaminate dal sociologo americano, dal mondo dei giochi di fantasia a quello dei raccoglitori di funghi, da quello dei cuochi a quello dei meteorologi e dei pittori dilettanti [Fine 2006; Sassatelli 2009b].

³⁴ Così, per fare un esempio, la boxe da sport tipico delle classi aristocratiche si è trasformato nel corso del XX secolo in sport della classe operaia, lasciando il posto ad altre forme sportive (il tennis, o il golf) come simbolo di status. La ricerca della distinzione per Bourdieu è però tanto più efficace quanto meno intenzionale o esibita: ciò che radicalmente distinguerebbe, secondo l'autore, la sua interpretazione delle dinamiche di status da quella di Thorstein Veblen, l'autore della celebre «teoria della classe agiata» [1899].

³⁵ Analoghe osservazioni possono essere estese al fenomeno, oggi in forte diffusione, del cosiddetto «consumo critico» [Sassatelli 2008; 2009a].

³⁶ Tra le direzioni di ricerca influenti e a nostro avviso promettenti, che per ragioni di spazio non abbiamo potuto includere, vi è senz'altro quella sui *confini simbolici e sociali*, di cui abbiamo dato qualche cenno in un paragrafo precedente. Rimandiamo a Lamont e Molnár [2001] per un'autorevole rassegna e, in italiano, a Santoro [2005]. Un altro fronte molto attivo, e particolarmente attraente per le sue potenzialità di integrazione fra sociologia strutturale e sociologia culturale, è poi quello sui *network simbolici e culturali* [Fine e Kleinman 1979; Emirbayer e Goodwin 1994; White 1995; Fuhse 2009]. Per indicazioni ulteriori sullo stato e il futuro della sociologia culturale si possono consultare Jacobs e Hanrahan [2005] e – selettivamente – il recente Bennett e Frow [2008].

³⁷ Quella dell'arte come occupazione è una semplice e potente idea, le cui origini dichiarate sono nella sociologia di quel maestro della tradizione di Chicago (e di Becker) che è stato Everett C. Hughes, uno dei cui maggiori divertimenti intellettuali era smontare e mondanizzare l'aura che circonda le professioni costituite [Hughes 1984].

³⁸ Vale la pena notare che anche gli economisti hanno studiato la produzione culturale, ma lo hanno fatto tendenzialmente ignorando, ancora più dei sociologi, il problema del significato dei prodotti culturali ed artistici, considerando come problema centrale quello dell'efficienza dei mercati [Throsby 2001].

³⁹ Significativamente, una distinzione analoga a quella enfatizzata da Griswold è emersa anche nel campo dei *media studies*: qui i termini del confronto sono stati identificati come approcci di *cultural studies* alla comunicazione da un lato e approcci di *political economy* dall'altro. Tuttavia, ridurre questa tensione ad un'opposizione fra due tradizioni intellettuali – *political economy* e *cultural studies* – vuol dire trascurare tutta una serie di distinzioni che esistono all'interno dei singoli approcci, e che rendono lo stesso campo dei *cultural studies* molto più frammentato e articolato al suo interno. Per un contributo italiano si veda Demaria e Nergaard [2008].

⁴⁰ Argomento che fonda quello, successivo e più noto, ma anche teoricamente e analiticamente meno sofisticato, che sta alla base dell'immagine del *diamante culturale*, presentata e utilizzata in un manuale di successo tradotto anche in italiano [Griswold 1994].

⁴¹ Un buon esempio di come sia invece possibile integrare approcci interpretativi con approcci fondati sull'uso di tecniche di analisi statistica è offerto dalla «riversitazione» del classico studio di David Morley sul programma televisivo *Nationwide* da parte di Kim [2004].

⁴² «Programma forte», per i sociologi della scienza, è quello che rinuncia definitivamente a riconoscere una qualche legittimazione trascendentale ai risultati del lavoro scientifico, e non esita ad entrare nella stessa cassetta degli attrezzi dello scienziato – matematica inclusa – per ricercarne le dimensioni squisitamente sociali, come tali convenzionali, mondane, pratiche [Bucchi 2002].

⁴³ La nozione di *thick description*, talvolta tradotta in italiano con «descrizione densa», è stata avanzata originariamente dal citato Geertz [1973a] per caratterizzare il tipo di etnografia a cui tende un'antropologia di stampo interpretativo, capace di distinguere molteplici livelli di significato a partire da un'analisi ravvicinata e diretta, una descrizione densa, appunto, di concreti episodi ed eventi della vita sociale.

⁴⁴ Ai sei ordini di valore introdotti nel presente articolo (dell'ispirazione, della sfera domestica, dello spiritico civico, della fama o opinione, del mercato e dell'industria) Boltanski e Chiapello [1998] aggiungerebbero, nel loro corposo *Le nouvel esprit du capitalisme*, un settimo ordine, anche in questo caso un modello di città o di convivenza: quello fondato sull'idea del «progetto».

⁴⁵ Tra le piste che hanno più contribuito ad avvicinare la sociologia al campo delle ricerche cognitive è senz'altro lo studio dei processi e meccanismi di classificazione sociale, su cui si vedano tra gli altri DiMaggio [1984] e Zerubavel [1991].

⁴⁶ La nozione di «cornice», che Goffman deriva dagli studi di Bateson sul gioco e la fantasia, è stata utilizzata da numerose discipline e da autori che hanno enfatizzato aspetti anche molto diversi tra loro. Per un contributo italiano sulla *frame analysis* si veda adesso Barisione [2009].

⁴⁷ Per una sintetica ricostruzione storica si vedano Luccio [1999] e, soprattutto, D'Andrade [1995].

⁴⁸ Secondo Vaisey [2008] questo risultato della ricerca neurocognitiva, insieme ai dati delle sue ricerche empiriche oltre che alla rilevazione delle incongruenze della teoria sociologica della cultura, darebbe credito ad un modello di cultura di tipo «aristotelico», capace di riconoscere i processi duali che avvengono nella mente, diversamente sia dal modello «socratico» (la cultura come scelta deliberata entro un repertorio), sia da quello «skinneriano» (cultura come reazione comportamentale alle contingenze dell'ambiente), attualmente a suo giudizio dominanti.