

Marina D'Amato

m.damato@uniroma3.it

Dipartimento di Scienze dell'Educazione

Università di Roma Tre

Marina D'Amato

Per una sociologia dell'immaginario

Può essere sociologicamente definito un ambito senza confini? Può essere identificato in un ambito così polimorfo da sfuggire a ogni categoria?

La prima questione che l'immaginario pone alla sociologia è proprio quella della sua natura e del suo ambito: in una parola della sua definizione.

Se l'immaginario è il prodotto diretto delle tensioni e delle relazioni che l'uomo ha con il suo ambiente sia fisico che mentale, allora l'immaginario è anche la realtà trasformata nella sua rappresentazione, una storia che si è accumulata e che continua ad agire in noi al di là di ogni concretezza. I suoi contenuti sono soprattutto astratti, tuttavia i simboli, le immagini, le idee hanno un impatto concreto, e quasi sempre affettivo.

"L'immaginario è il substrato della vita mentale, la dimensione costitutiva dell'umanità. La potenza del sogno, la forza del simbolo, la matrice dell'immagine costituiscono una specie di fantastico trascendentale di cui l'individuo non può fare a meno".

Immaginario è un termine che rinvia, in quanto sostantivo, a un insieme piuttosto vago di elementi: ricordi, sogni, fantasmi, credenze, miti, romanzi, finzione che sono determinanti dell'immaginario di un individuo, ma anche di una intera comunità che si esprime attraverso l'insieme dei suoi manufatti e delle sue credenze.

Sono componenti strutturalmente connesse all'immaginario le concezioni prescientifiche, la fantascienza, i credo religiosi, le produzioni artistiche che "inventano altre realtà", gli stereotipi, i pregiudizi sociali.

Il termine è piuttosto recente, e il crescente successo del concetto nel XX secolo può essere attribuito alla disaffezione nei confronti del termine immaginazione, intesa sempre più come facoltà psichica capace di assimilare e utilizzare le immagini e al declino di una certa psicologia filosofica. Così, verso la metà del XX secolo, e sotto la pressione delle scienze umane, lo studio delle produzioni immaginate, delle loro proprietà e dei loro effetti, e cioè l'immaginario, ha progressivamente soppiantato la vecchia questione dell'immaginazione.

In altre parole, il mondo delle immagini ha travalicato la loro appartenenza psicologica, l'immaginario è molto difficile da definire perché invade e pervade altri significati di cui è commisto e con cui interagisce.

La mentalità, per esempio, è un termine usato dalla scuola degli Annales, la quale ha affrontato la storia attraverso gli atteggiamenti psicosociali e i loro affetti sui comportamenti degli individui. Più concreta della storia delle idee, lo studio delle mentalità è tuttavia più astratto della descrizione e analisi degli immaginari. La mitologia è solitamente intesa come un insieme di racconti, che costituiscono un patrimonio di "firzioni" nelle culture tradizionali. Essa è popolata da personaggi divini o umani, che traducono di fatto in modo simbolico e antropologico, le credenze sull'origine, la natura e il fine dei fenomeni cosmologici, psicologici, storici e sociali. La mitologia costituisce la forma più elaborata di immaginario, ma la sua precisa costruzione narrativa in insiemi coerenti non può contenere tutte le forme del fantastico. Più genericamente, il mito, nella sua accezione più ampia, designa qualunque forma di credenza collettiva non fondata oggettivamente o positivamente.

Non è un caso che nella società contemporanea occidentale l'aggettivo più usato dalle giovani generazioni per individuare qualcosa di positivo sia "mitico". Anche il concetto di ideologia designa un'interpretazione globale di un ambito della vita umana, ma solitamente in senso dogmatico e prefigura spesso una serie di spie-

gazioni stereotipe, non argomentate, ma alle quali si aderisce attraverso un'idea, o per meglio dire attraverso un'immagine forte (la lotta di classe per esempio è un'immagine trainante della ideologia marxista).

La finzione designa un mondo di invenzioni alle quali non corrisponde nessuna realtà, tuttavia tutto ciò che è fittizio lo è solo relativamente a un dato momento, inoltre, possono anche esistere finzioni che derivano da attività razionali astratte (per esempio nel diritto o nelle scienze esatte) e non dall'immaginazione in senso stretto.

L'immaginario può essere definito anche in relazione ai suoi contrari: il reale e il simbolico. L'irreale si oppone sempre al reale, anche se è impossibile accertare se un contenuto immaginario non abbia un fondamento di realtà nello spazio o nel tempo. Per quanto riguarda il termine simbolico, questo sembra opporsi all'immaginario soltanto nell'ambito di alcuni usi logici o psicoanalitici.

In questa specifica analisi, l'immaginario è un insieme di rappresentazioni mentali, a base di immagini visive, (cartoni animati, serial, sit-com, telefilm, videogiochi, siti internet, ecc.) e sistemi linguistici (metafore, simboli, racconti, storie, ecc.) intese come insiemi coerenti e dinamici.

L'immaginario sociale a cui si è prestata attenzione, può essere ricondotto a tre grandi ambiti: la dimensione mitica dell'esistenza, quella che si riferisce ai miti dominanti di una data epoca, di una data cultura, di una nazione, di una generazione, di una classe sociale; la dimensione fantastica di un'altra società-mondo che si rintraccia nelle utopie, nei millenarismi, nelle ideologie e nelle credenze e la dimensione di un immaginario quotidiano, così come lo si rinviene negli oggetti domestici, negli svaghi, nei giochi.

Una sociologia dell'immaginario, infatti, investe la vita dei gruppi, la vita quotidiana, la politica, la dimensione economica, le attività lavorative, gli atteggiamenti e le credenze religiose, gli ambiti scientifici, letterari, mediatici e si accompagna alle trasformazioni sociali.

L'ipotesi è che l'immaginario sia presente in forme diverse nei miti, nelle creazioni artistiche e nell'addivenire quotidiano, nel sogno, nella fantasia, nelle visioni e nelle allucinazioni, ma anche nelle attività più razionali, perché le immagini possono essere considerate la matrice rappresentativa delle idee e quindi anteriori ad esse, tanto che persino le scienze esatte hanno modificato il loro atteggiamento e la loro epistemologia nei confronti dell'irreale.

La sociologia dell'immaginario è una sociologia di "profondità" perché tenta di cogliere le motivazioni profonde, le dinamiche che soggiacciono e animano le società umane.

A differenza di una sociologia di "superficie", basata su inchieste e sondaggi, la sociologia dell'immaginario non è un campo specifico della sociologia definito chiaramente dal suo oggetto, così come lo sono per esempio la sociologia urbana, del lavoro, della religione ecc., ma costituisce, al momento attuale, un punto di vista privilegiato della vita sociale perché, interessandosi alla dimensione immaginaria delle relazioni fra gli individui, di fatto è trasversale a tutti gli ambiti di analisi.

Una sociologia dell'immaginario, infatti, investe la vita dei gruppi, la vita quotidiana, la politica, la dimensione economica, le attività lavorative, gli atteggiamenti e le credenze religiose, gli ambiti scientifici, letterari, mediatici e si accompagna alle trasformazioni sociali.

La vita degli individui e delle società è incessantemente sottomessa a pulsioni immaginarie, a immagini incarnate nelle diverse arti e in costrutti mentali sia collettivi che individuali.

L'immaginario percorre la storia delle civiltà, è parte intrinseca dei gruppi sociali e in fondo, una sociologia senza l'immaginario non potrebbe esistere anche se non esiste ancora una vera e propria tradizione di sociologia dell'immaginario. Alle definizioni negative, offerte dalla filosofia occidentale, secondo cui l'immaginario è ciò che non esiste, è il falso e l'irrazionale, la corrente antropologica di M. Eliade, G. Bachelard e soprattutto di G. Durand oppone una definizione positiva secondo cui l'immaginario è il prodotto del pensiero mitico, un pensiero concreto che funziona per analogie e si esprime con immagini simboliche organizzate in modo dinamico, determinando la percezione dello spazio e del tempo, attraverso costruzioni materiali e istituzionali, mitologie e ideologie, saperi e comportamenti collettivi.

Ponendo al centro di interesse le rappresentazioni sociali, i loro meccanismi e la loro efficacia, la sociologia dell'immaginario attinge alla psicologia sociale, all'antropologia culturale e si contamina con la sociologia

della conoscenza, sebbene i presupposti siano diversi: i primi riferiti ai ragionamenti e alla razionalizzazione delle credenze, i secondi riferiti al loro radicamento negli archetipi.

L'importanza dell'immaginario nella società della globalizzazione in cui viviamo è dovuto all'onnipresenza della televisione, di internet, del telefono e alla loro capacità di produrre esperienze che travalicano il limite oggettivo tra gli eventi e i loro "racconti": la società dell'informazione pone nuovi interrogativi alle questioni economiche, politiche, sociali e culturali proprio perché gli accadimenti diventano fatti sociali in funzione della "eco" che producono, sembra finita la possibilità di analizzare il sociale senza il suo doppio!

La mondializzazione dovuta ai flussi migratori, al turismo, all'internazionalizzazione dei problemi ambientali, delle questioni del mercato, alla transfrontalierità delle comunicazioni produce trasformazioni continue nel tessuto sociale, induce nuovi atteggiamenti etici e politici, apre questioni nuove.

Un fenomeno contemporaneo, poco indagato e di straordinaria portata, è quello che concerne la mondializzazione dell'immaginario.

Dagli anni Settanta il mondo fantastico dei bambini e dei ragazzi di tutto il mondo è popolato dagli stessi eroi. Per la prima volta infatti nella storia dell'umanità, in ogni zona del pianeta dove arriva la televisione, esistono gli stessi personaggi che la popolano. E dove esiste un computer i giovani di ogni zona del pianeta possono partecipare a giochi che li mettono in contatto gli uni con gli altri indipendentemente dalla loro presenza fisica, offrendo l'opportunità di immedesimarsi e di combattere gli stessi protagonisti delle storie che frequentano.

Le ricerche più recenti condotte nei paesi arabi, oltre che nei paesi occidentali e orientali, dimostrano che la telefantasia omologa gli schermi davanti ai quali sono seduti bambini e ragazzi di culture, etnie, razze, religioni e ideologie diverse.

Nessuno sarà mai in grado di sapere quanto e come le condotte di questi eroi potranno influire sugli atteggiamenti dei loro utenti perché, si sa, non si può affermare una correlazione diretta, scientificamente attendibile, tra la frazione dei video e i comportamenti, ma è indubbio che dagli schermi trapeli un modo di pensare il mondo.

I nuovi paradigmi dell'immaginario collettivo sono uno degli elementi fondanti il processo di globalizzazione di cui siamo protagonisti.

L'universo infinito dei miti, degli eroi delle storie televisive, dei videogiochi, dei fumetti, e quello degli oggetti/gadjet che li accompagnano, è costituito da un flusso di immagini, suoni e cose che da più di un trentennio pervade l'umanità ed è in continua crescita esponenziale.

Le sigle dei cartoni animati e dei serial televisivi sono diventate l'espressione/logo di una comunità che cantandole e ballandole si riunisce nelle discoteche, le evoca nei cortei studenteschi, le intona nei raduni sociali e sulle strade del mondo.

Che i ragazzi ritrovinno nelle storie dei cartoni animati le tracce della loro "anima collettiva" cantando quelle canzoni in ogni angolo del pianeta, è la prova più evidente del significato di questa ricerca fondata sull'analisi dei miti, dei valori, dei modelli di comportamento proposti dagli eroi teletrasmessi o videogiocati, una fantasia composita fatta di storie di cartoni animati, di telefilm, di situation comedy, di giochi, di giocattoli, popolata dagli stessi eroi.

La proposta è quella di far conoscere l'universo simbolico dei ragazzi di oggi come una tessera del mosaico della globalizzazione, come un'analisi sulla rappresentazione simbolica della realtà, come uno studio sulla mitologia del mondo adulto, come una ricerca sui valori e modelli di comportamento proposti a tutti gli abitanti della Terra.

L'ipotesi è che la nuova fantasia contribuisca alla definizione di una nuova cultura. Così come la religiosità "fluida" e il pensiero debole che ci pervade. Il nuovo millennio sembra posticipare il successo della new age, questa strana miscela che unisce: il Feng Shui (vento e acqua) dell'antica geomanzia cinese con gli angeli cristiani, con le profezie di Celestino, la morfopsicologia con l'armonia cosmica, la meditazione trascendentale con la cristalloterapia magica, S. Francesco con il buddismo zen, il messaggio col massaggio ayurvedico e shiatsu in un tripudio fantasmagorico di idee e di prodotti capaci di mediare contemporaneamente la dimensione psicofisica, mistica, ecologica, tutta presente nei comportamenti e nei valori dei nuovi protagonisti dell'immaginario collettivo. La sfida di questa proposta è quella di far conoscere attraverso le peculiarità dell'offerta di fantasia i paradigmi su cui poggia l'immaginario collettivo del nostro futuro.

A differenza di ciò che è stato fatto dagli storici dei comportamenti della vita quotidiana, l'immaginario sociologico è considerato una rappresentazione della realtà esteriore e, anzi, esso è preso in esame come specchio e lente della realtà sociale. Si è trattato infatti di analizzare una rappresentazione simbolica: il fantastico attraverso i miti, i valori, i modelli di comportamento dei suoi attori, in un contesto "metafisico" che sintetizza ed enfatizza la realtà da cui deriva.

Lo scopo dichiarato è quello di individuare su quali fondamenti poggia una nuova ideologia collettiva che cambia costantemente e che dura solo il tempo di un mito condiviso.

Ogni società per esistere deve proiettarsi verso il proprio futuro, finora, tutte le comunità umane hanno cercato nel loro passato i prodomi della cultura su cui fondare le basi sociali della personalità delle nuove generazioni.

I miti e gli eroi sono sempre stati utili a proporre, con i modelli che implicano, modalità di comportamento e proiezioni sociali accettabili e condivisibili, capaci di unire i membri della comunità fra loro e verso uno scopo. Gli eroi rappresentano da sempre lo slancio evolutivo, lo spirito essenziale di una società.

La crisi e al contempo la dimensione più evidente della nostra postmodernità sta proprio, dopo la caduta delle grandi ideologie e la fine di ogni certezza, nella ricerca di un senso comune diverso e nuovo. Ovunque è possibile osservare i sintomi del mutamento in corso: l'affermazione di un individualismo sempre più marcato che dal narcisismo si è evoluto in edonismo e che oggi è sempre più cinico; la trasversalità del potere che si impone attraverso strategie di cui le ideologie costituiscono più alibi che fini.

La mondializzazione dovuta ai flussi migratori, al turismo, all'internazionalizzazione dei problemi ambientali, delle questioni del mercato, alla transfrontalierità delle comunicazioni produce trasformazioni continue nel tessuto sociale, induce nuovi atteggiamenti etici e politici, apre questioni nuove.

I canoni per comprendere una realtà in movimento non sono univoci. Il problema riguarda molteplici aspetti: la visione del mondo, i possibili interventi di soluzione dei conflitti, la comprensione di nuovi stili di vita attraversati dalla diffidenza nei confronti della politica, della medicina e della religione ufficiale. Nascono continuamente nuovi impulsi collettivi ecologici, sociali, spirituali. Emergono tendenze di nuove "credenze", come un insieme di idee che derivano da reinterpretazioni di religioni occidentali e orientali antiche e contemporanee.

Non esistendo più verità assolute, ognuno può creare un proprio mondo rivendicando il diritto all'edonismo.

Un sincretismo senza confini e un relativismo volontaristico sembrano i tratti più caratteristici di questo fenomeno culturale che concilia le tradizioni arcaiche con le nuove frontiere del possibile, ipotizzandone la realizzazione da un lato con le nuove tecnologie, dall'altro rivalutando superstizioni e riti tribali intorno a nuovi e antichi diavoli.

Permangono tuttavia due strategie di comprensione del reale: da una parte l'uomo moderno, quello legato alla cultura delle grandi ideologie, della fede, che risponde alla alterazione degli ordini conoscitivi riproponendo un concetto di separazione tra la realtà e il suo doppio. La sua visione del mondo è saldata a una costruzione ideologica perché mantiene sempre viva la distanza tra la realtà e la sua rappresentazione, riservandosi così sempre il margine per un intervento, per una scelta finale. Dall'altra parte c'è l'uomo postmoderno che abita la società della comunicazione, sentendosi parte consapevole della progressiva egemonia che la rappresentazione si conquista sul fatto oggettivo. L'uomo si convince che fare e riflettere opinione, specialmente con la televisione, o videogiochi, sia un esercizio del dominio e al contempo anche una sorta di attivazione rigenerante del mondo. Supera così il dualismo soggetto-oggetto, e finisce per ammettere il carattere circolare della conoscenza, rinunciando al rinvenimento di una verità oggettiva.

La planetarizzazione di modelli culturali offerta dai media attraverso la proposta di "fantasia" è stata empiricamente verificata e il dato sociologicamente rilevante che emerge dalle ricerche condotte concerne la formazione di un unico immenso immaginario fantastico, tratto più evidente di una comunità umana senza confini, popolato da eroi e attraversato da miti, espressione di religioni, ideologie e culti diversi, ma tutti interconnessi.

Ciò che si evince è che la multimedialità con cui si entra in contatto "per immersione" fin dalla nascita offre contenuti complessivi in cui l'immagine prevale sulla parola togliendole e/o alterandone il significato, in cui tempo e spazio sono quelli delle civiltà preletterate e tribali, in cui la pubblicità e il mondo dei giocattoli che la popola ha reficato il mondo della fantasia mettendolo in vendita; in cui le "moralì" si rifanno ai paesi di origine dei programmi: dal puritanesimo al cinismo (di derivazione statunitense), dallo scintoismo (Giuppone), dalle storie amorali pensate in Europa ma elaborate e prodotte nel nord est asiatico. Così, i miti durano il tempo della moda mentale di coloro che li creano mutuandoli dal comune sentire. Ciò che emerge in definitiva è che i nuovi eroi vivono in altri mondi per lo più paralleli, non muoiono mai, ripetono all'infinito le stesse azioni quotidiane ma non si ribellano, e affermano così l'online costituito, perché la riproduzione di massa e l'esposizione su vasta scala, non annulla, anzi esalta il loro conformismo.

Bibliografia

- ALFIERI M.C., G. DURAND: *una filosofia antropologica dell'immaginario*. Maria Cristina Alberti, rel. S. Zecchi, Milano, 1991.
- ALLEN E., *La science des symboles*, Payot, 1976.
- ALTHAIE G., *Oppression et libération de l'imaginaire*, 1969.
- BACHELARD G., *L'esprit et les rêves. Essai sur l'image de la matière*, José Corti, 15^a ed. 1976.
- BECCHIONI G., *L'immaginario quotidiano. televisione e cultura di massa in Italia*, Torino, 1984.
- BURGOS S., *Pour une poétique de l'imaginaire*, Le Seuil, 1982.
- CADONICI P., *La voce: dall'immaginario al reale, tra arte, mito e fiaba*, Sovera Marcelli, 2000.
- CAILLOIS R., *Approches de l'imaginaire*, Gallimard, 1974.
- CARTIER-BRESSON H., *L'immaginario dal zero*, Milano, 2005.
- CASTORIADIS C., *L'institution imaginaire de la société*, Le Seuil, 1975.
- CESERANI R., *Il materiale e l'immaginario. La società industriale avanzata, conflitti sociali e differenze di cultura*, Torino, 1996.
- DUBOIS B., *Imaginaire et pédagogie. De l'iconoclasme scolaire à la culture des songes*, Privat, 2005.
- DUTRENNE M., *L'imaginaire*, in *Esthétique et philosophie*, t. II, Paris, Klincksieck, 1976, p. 98-132.
- DURAND G. (testi riuniti da D. Chauvin), *Champs de l'imaginaire*, Grenoble, Ellug, 1996.
- DURAND G., *Chaïng S., Mythe, thèmes et variations*, Desclée de Brouwer, 2000.
- ELIADE M., *Aspects du mythe*, Gallimard, 1963.
- FLEURY C., *Métaphysique de l'imagination*, Ed. d'États, 2000.
- FORTUNATI L., *I miti nell'immaginario*, Franco Angeli, Milano, 1995.
- LATOCHE S., *Game sopravvive allo sviluppo: dalla decolonizzazione dell'immaginario economico alla costruzione di una società alternativa*, Bollati Boringhieri, Torino, 2005.
- LLOYD G. E. R., *Pour en finir avec les mentalités*, La Découverte, 1993.
- MORINER P., *Images et représentations sociales*, Grenoble, PUG, 1996.
- MONCOWICIS, *La Psychanalyse, son image, son public*, Paris, PUF, 1961.
- PIRETO V., *Le Mythe vertigineux et la littérature immortale*, Genève, Droz, 1971.
- PIAGET J., *La formation du symbole chez l'enfant*, Delachaux & Niestlé, 1978.
- PICO DE LA MIRANDOLA J. F., *De l'Imagination*, trad. fr., Chambéry, Comp Act, 2005 (1501).
- RICCEUR P., *De l'interprétation. Essai sur Freud*, Le Seuil, 1965.
- SMITRE J. P., *L'imagination*, PUF, « Quadrige », 1936, réed. 1994.
- TACUSSEL P., *L'attraction sociale. La dynamique de l'imaginaire dans la société monocéphale*, Paris, Librairie des Méridiens, 1984.
- TOULMIN S., *Theories du symbole*, Le Seuil, 1977.
- TUZET H., *Le cosmos et l'Imagination*, Corti, 1965.
- XIBERRAS M., *Pratique de l'imaginaire. Lecture de Gilbert Durand*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2002.
- ZOLLA E., *Storia del fantastico*, Milano, 1964.

¹ DURAND G., *Le structures anthropologiques de l'imaginaire*, 1960, Durand, 2006.

² Cf. Jean-Jacques Wunenburger, *L'imagination*, PUF, Paris, 1995.

³ F. Nietzsche aveva posto dubbi sull'autonomia della ragione e I. Kant aveva sostenuto che le attività cognitive della sensibilità e della comprensione potevano essere chiamate immaginazione creativa.