



# Culture e Studi del Sociale

## CuSSoc

ISSN: 2531-3975

*La sociologia delle emozioni e il legame sociale.  
Ripensare il rapporto “tra umani” nella società tecnologica*

MARIANGELA D'AMBROSIO

**Come citare / How to cite**

D'AMBROSIO, M. (2019). La sociologia delle emozioni e il legame sociale. Ripensare il rapporto “tra umani” nella società tecnologica. *Culture e Studi del Sociale*, 4(2), 177-192

Disponibile / Retrieved <http://www.cussoc.it/index.php/journal/issue/archive>

**1. Affiliazione Autore / Authors' information**

Università del Molise, Italy

**2. Contatti / Authors' contact**

Mariangela D'Ambrosio: mariangela.dambrosio[at]studenti.unimol.it

**Articolo pubblicato online / Article published online:** December 2019



- Peer Reviewed Journal

INDEXED IN  
DOAJ

Informazioni aggiuntive / Additional information

[Culture e Studi del Sociale](#)



*La sociologia delle emozioni e il legame sociale.  
Ripensare il rapporto “tra umani” nella società tecnologica*

*The Sociology of Emotions and the Social Bond.  
Rethinking the Relationship “between Humans” in the  
Technological Society*

*Mariangela D’Ambrosio*

Università del Molise, Italy  
E-mail: mariangela.dambrosio[at]studenti.unimol.it

**Abstract**

Emotions are essential elements that create social relationship: emotions are characterized by personal and social identity that come out from the communication with others. The social relationship’s construction is also emotional, in a mix of exogenous and endogenous variables. The Sociology of Emotions, starting from the classics, tries to capture these different variables in a reflective, continuous and fluid exchange and reflection. It’s important, especially in our occidental society, to read and to interpret emotions returning to the human, reflecting on challenges of the relationship and re-discussing complexities and problems that interpersonal experiences contemplate. In different “environments”, not only in pragmatic but also in virtual ones, in an emotional e social exchange “onlife”.

**Keywords:** Sociology of emotions, Social relationship, Emotional deviance.

**Introduzione**

*“Le emozioni sono state a lungo erroneamente confuse con un meccanismo reattivo di tipo istintuale, e dunque analizzate con metodologie improprie”* (Cominelli, 2015, p. 36), o studiate solo in determinati settori scientifici quali la psicologia e la scienza psicoanalitica.

In realtà, il tema delle emozioni quali elementi espliciti del legame sociale diventa argomento fondamentale all’interno della disciplina sociologica, soprattutto a partire dalla seconda metà del secolo scorso: le emozioni rivendicano un posto nella sociologia nell’accezione relazionale circolare ed auto-poietica dell’individuo che, costruendosi una propria identità, si incontra con l’altro da sé (Cambi, 1998, p. 39) creandone una più completa e complessa.

Il significato stesso delle emozioni alla base del legame sociale, orientato sociologicamente, è già racchiuso nell’etimo laddove il termine “emozione” rimanda al movimento costante, all’atto come trasferimento da, flusso di un agire che si trasferisce e che mai resta rigido, che si sposta dall’individuale al collettivo e viceversa.

D’altra parte, le emozioni sono fortemente vincolate alla cultura di riferimento, alle relazioni sociali, agli obiettivi e alle capacità cognitive frutto dello sviluppo cognitivo e sociale (Plutchik, 2001).

In un momento storico come quello attuale, parrebbe che alcune emozioni siano messe in discussione, arginate o addirittura rimosse, bandite: bisogna ricordarsi che nell’ “epoca delle passioni tristi” risulta necessario, a maggior ragione, ritornare a una fiducia dell’uomo verso l’uomo, per l’uomo, superare *l’Homo Homini Lupus*,

per ri-approdare a un'apertura sociale che si complessifica ma che ha bisogno di linee guida relazionali umane. Non servono emozioni strumentali e strumentalizzate: l'*Homo Sentiens o Patiens*<sup>1</sup> non solo personifica l'uomo che sente, si emoziona e si relaziona attivamente con altri individui ma è colui il quale agisce in termini di scelte, orientamenti, idee, valori, azioni; comportamenti razionali ed emotivi allo stesso tempo.

È l'*Homo Sentiens* che rivendica scelte, opinioni, condotte nell'esperienza oggettiva della realtà nel rapporto con l'altro. Emozioni che sono sociali in quanto danno vita a processi ed eventi che oltrepassano i confini del singolo per sfociare nella relazione e nell'azione collettiva<sup>2</sup>.

Gli stati emotivi costruiscono legami e strutture sociali in ordine all'agire anch'esso socialmente orientato, sia positivamente che negativamente (Turner, 2011).

*“Sono i sentimenti dunque che importa studiare, per scoprire le leggi dello sviluppo della società (...) Ovunque ritroverete fenomeni simili, ovunque, al di sotto delle derivazioni senza valore logico e talora anche assurdo, ritroverete questi sentimenti che sono le grandi forze dalla quale derivano la forma e lo sviluppo della società”* (Pareto, 1915, 1980, pp. 580-581).

Se è vero che l'agente sociale raggiunge lo scopo attraverso “azioni logiche” è altrettanto realistico affermare che esistono “azioni non logiche”, vale a dire i sentimenti, che muovono le abitudini ed i comportamenti umani. Emozioni e ragionamento, infatti, *“s'intrecciano e complessificano nell'azione sociale in un rapporto di “mutua dipendenza”* (Ivi, pp. 484-485).

Ottica, questa, che non relega i sentimenti alla razionalizzazione (Cambi, 1998, pp.35-46)<sup>3</sup> intesa come enfasi dell'agire razionale rispetto allo scopo ma che anzi ne riconosce l'importanza e la valenza nell'umano agito che è sociale e che caratterizza i rapporti societari stessi.

Si supera la logica *cartesiana* secondo la quale le emozioni debbono essere scisse in percezioni sensoriali e razionali (Anolli, 2002, p. 154), nel discorso dualistico mente (anima)/corpo, *res cogitans* (il pensiero inesteso) e *res extensa* (l'estensione materiale e movimento meccanico) (Ivi, p. 22).

Tale impostazione ha portato all'idea, ingannevole o quantomeno parziale, dell'*Homo Oeconomicus* come unico artefice di se stesso, relegato al calcolo costi/benefici: esiste, invero, una convergenza sinergica fra mente e corpo che rappresentano entrambe condotte di adattamento dell'individuo (Ivi, pp. 22-23).

<sup>1</sup> Ancora prima dell'*Homo Sapiens* e dell'*Homo Faber*.

<sup>2</sup> Da notare che la società attuale è dicotomica sull'argomento: se da una parte le emozioni sono state per lungo tempo “proibite”, dall'altro, oggi si assiste a una loro enfaticizzazione e oggettivizzazione nell' “onlife”. Quotidianamente assistiamo, infatti, a una drammatizzazione di eventi (ad opera dei media tradizionali e nuovi) già negativi e dolorosi dove vige, piuttosto, *“una “preconfezione” e una “manipolazione” delle emozioni prodotta per la collettività dei consumatori-utenti”*. Secondo Cattarinussi vengono enfatizzate solo quelle emozioni che innescano meccanismi di apparente complicità, *“emozioni da consumare in silenzio (...) che non conducono a nessun impegno o azione collettiva. (...)”*. In effetti, viene incoraggiata una vasta gamma emozionale, per lo più a carattere “negativo” attraverso un'identificazione passiva dove il giudizio viene meno e le emozioni stesse vengono banalizzate. E ciò accade soprattutto on line dove diventa difficile comprendere il confine fra lo spazio privato e pubblico. *“(...) Emerge un soggetto schiacciato da emozioni inarticolate (...) Il soggetto, apparentemente valorizzato nella sua sfera emozionale, ne risulta invece impoverito, le sue emozioni vengono portate via, ridotte ad oggetti, ad elementi di spettacolo”* (Cattarinussi, 2000, pp. 107-109).

<sup>3</sup> L'orientamento romantico, al contrario, vede i sentimenti come “natura moralizzata” ossia come prestazione morale di tipo pratico-intenzionale. Dalla fine del 700', infatti, essi assumono una valenza positiva ed educativa/formativa alla base dello sviluppo della personalità armonica.

Non è soltanto la mente a guidare il corpo ma anche quest'ultimo in quanto la sua risonanza (positiva o negativa; attuale o memorizzata) valuta primariamente gli stimoli attribuendo ad essi significati diversi che orientano nell'azione (*Ibidem*).

La sfera emotiva, cioè, interviene nel funzionamento della razionalità pratica consentendo di ragionare e dunque di “operare le scelte più opportune e di adottare i comportamenti più adeguati sia in termini di utilità e benessere personali, sia in termini di compatibilità sociale” (Di Giovine, 2009, p. 71).

Il ruolo dell'attore emozionale va pensato non “in contrapposizione all'attore razionale e normativo, ma ne è invece un'altra faccia, una sua parte costitutiva e ineliminabile e non va inteso come un soggetto spontaneo, libero da vincoli e costrizioni” (Turnaturi, 1995, p. 14).

Le emozioni oggi più che mai “influenzano i nostri linguaggi ed il nostro agire sociale; esse rappresentano risorse per comprendere ed interpretare noi stessi, gli altri, e la realtà sociale di cui siamo naviganti...” (Cerulo, 2014, p. 7).

Secondo tale prospettiva, quella della sociologia delle emozioni connesso al paradigma relazionale, la società si fa densa di relazioni a connotazione emotiva che sorgono in risposta alle strutture di significato di e in determinate situazioni: le diverse emozioni, cioè, nascono e si manifestano in risposta al contenitore sociale e al tipo di relazione (più intensa o meno) in atto fra gli agenti sociali” (Frijda, 1988, p. 349).

Le emozioni, dunque, vivono della risposta ad eventi importanti per gli individui, a circostanze, motivazioni, preoccupazioni reali, tangibili, immaginate nella e della relazione umana, sociale.

## 1. Le emozioni: elemento dell'umano e del sociale

La scienza sociologica, alla luce di quanto affermato e in modo sia implicito che esplicito, ha indagato le emozioni e il ruolo che esse hanno nell'agire sociale umano<sup>4</sup>.

In *Comunità e Società*, Tönnies già sosteneva l'importanza delle emozioni (in particolare del senso di appartenenza) nelle comunità laddove esiste un interscambio profondo fra atteggiamenti individuali e mentalità collettiva (Cattarinussi, 2000, p. 18)

Sulla stessa scia, MacIver ha indagato il sentimento di comunità, inteso come condivisione di norme, valori, tradizioni, istituzioni, considerando tre elementi basilari: il sentimento del noi; il sentimento di ruolo; il sentimento di dipendenza (*Ivi*, pp. 18-19).

Il primo riguarda l'identificazione con gli altri; il secondo mette in evidenza le funzioni che gli attori sociali svolgono nella comunità e le modalità attraverso cui si esprimono; la dipendenza è un sentimento che, infine, rimanda alla socializzazione, allo stare insieme evitando l'isolamento sociale (Cattarinussi, 2000, p. 19).

La questione, sia a livello individuale che a livello collettivo, dunque, richiama la sfera emozionale applicata ai comportamenti e all'agire (*Ibidem*, pp. 28-29)<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Recentemente, si pensi all'orientamento dei *Science and Technology Studies* (STS): i valori socio-relazionali, politici e culturali, sembrano attivare e divulgare la scienza e la tecnologia. Lo stesso sviluppo tecnologico è un processo sociale.

<sup>5</sup> È chiaro che il discorso qui affrontato riguarda le emozioni secondo l'ottica culturale occidentale in quanto esse cambiano a seconda dei tempi storico-sociali e appunto in base alla cultura di riferimento. Si pensi, ad esempio, alle “culture della vergogna” e alle “culture della colpa”: le prime riguardano sanzioni esterne, mentre le seconde riguardano sanzioni interiorizzate. Le culture della vergogna

Le emozioni, in altre parole, orientano le scelte e le azioni normate sia dal livello etico e morale di un contesto sia dal diritto vigente in esso, laddove i valori e le stesse norme collettive codificate vengono osservate a seconda degli ambienti relazionali e della qualità del legame e dello spazio/tempo storico.

Anche Weber individua l'azione affettiva quale manifestazione di sentimenti (Weber, 1961). Il modo di agire affettivamente, da affetti o da stati attuali del sentire, diventa per il sociologo espressione fra altri modi di agire<sup>6</sup> che si pone al limite dell'agire consapevole.

I comportamenti razionali, cioè, possono essere analizzati secondo la componente emozionale che li ha generati (Cominelli, 2015, p. 39): “*chi ama è consapevole di essere penetrato nel nucleo, estremamente accessibile a ogni sforzo razionale, di ciò che è veramente vivente e di essersi così completamente sottratto alle fredde mani cadaveriche degli ordinamenti razionali come alla stupidità della vita quotidiana*” (Weber, 1982, p. 548).

Ciò che differenzia l'agire affettivo dall'agire razionale rispetto al valore è la possibilità di elaborare azioni in modo cosciente che orienteranno la vita dell'individuo che vuole ottenere un particolare scopo o obiettivo (Fitzi, 2011, p. 40).

Il paradigma della sociologia delle emozioni suggerisce, nello specifico che: 1) le emozioni si costituiscono socialmente (Catarinussi, 2006, p. 34); 2) esse sono attivate direttamente dalle relazioni che si instaurano fra gli attori; 3) ciascuna società ha proprie regole emozionali sulle quali si concentrano e manifestano le stesse emozioni; 4) le emozioni e la loro espressione cambiano nel corso della storia; 5) le emozioni e le sue espressioni vanno distinte; 6) le emozioni hanno una funzione congiuntiva importantissima (*Ibidem*)

Emozioni che, nello specifico, vengono definite “emergenti sociali” proprio perché “*nella loro manifestazione, risentono sia dell'identità del soggetto sia del contesto storico-sociale in cui esso vive e agisce*” (Turnaturi, 2012, pp. 679-680).

Quest'ultime, da un lato, riguardano caratteristiche proprie e individuali mentre dall'altro sono il frutto di variabili di rapporto fra comunicazione-relazione e contesto ambientale di riferimento: le nostre convinzioni e il nostro modo di vedere e interpretare il mondo, la società e gli altri con i quali entriamo in relazione (nonché nella relazioni con noi stessi) ha come perno centrale l'animo umano in una funzione sensitiva legata alla sperimentazione dei sensi dove corpo e mente sono un tutt'uno.

Come sostiene Donati con il suo paradigma relazionale, la stessa evoluzione sociale dipende anche e soprattutto dalla possibilità di far circolare le emozioni in tutte le sfere della vita sociale, da quelle più intime a quelle più impersonali (Donati, 2011, p. 32).

Tre sono le tipologie di significati che le emozioni incarnerebbero nella relazione sociale: la prima si riferisce alla semantica del “*refero*” poiché la componente emotiva della relazione è essa stessa, come dimostrato, simbolico-intenzionale messa in campo per ricercare una comunicazione che è formata di volontà specifiche; la seconda tipologia riguarda la relazione emotiva come connessione (sfera del “*religo*”) che ribadisce la ricerca e l'affermazione di un legame sociale più ampio e

---

afferiscono per di più a società occidentali a tradizione guidaico-cristiana; le culture della colpa, invece, all'etica protestante e a alcune culture orientali.

<sup>6</sup> Weber individua, oltre all'azione affettiva, all'interno dell'azione sociale (intesa come azione condivisa fra persone che produce effetti su di esse): l'Azione razionale rispetto allo scopo; l'Azione razionale rispetto al valore; e l'Azione tradizionale.

più profondo; la terza, infine, concerne l'effetto emergente delle emozioni che affiorano, si modificano.

Non un effetto aggregato ma un effetto trasformativo delle emozioni, dunque, che ritorna anche nello schema AGIL di Parsons.

Le emozioni risponderebbero, anche, al funzionamento di una società e più in generale di un qualsiasi sistema sociale: A = *Adaptation* come funzione adattiva che considera le emozioni validi strumenti per consentire all'agente sociale di coordinare il proprio agito aprendosi al mondo esterno e ai differenti contesti – ambienti relazionali, non dimenticando certo se stesso e il suo sentire individuale; G = *Goal attainment* quale raggiungimento dei fini in quanto ciascun legame emotivo è specifico e attiene a determinati obiettivi. Si pensi alla relazione amorosa o amicale: a seconda del tipo di rapporto, differenti sono anche le emozioni e le loro sfumature provate e mediate con l'altro; I = *Integration* come funzione integrativa perché le emozioni integrano parte del comportamento e della comunicazione che non è solo verbale ma anche gestuale, prossemica, cinestesica nel rispetto delle aspettative reciproche; L = *Latent pattern maintenance* ossia mantenimento del modello latente dove anche le emozioni rappresentano valori emotivi di riferimento culturale ed ideologico, dove la famiglia, la scuola, il gruppo dei pari e le altre agenzie educative e formative concorrono al trasferimento delle emozioni come veicolo di ideali, qualità e virtù (Elias, 1988).

Il sistema sociale tanto è in equilibrio se si regge funzionalmente su questi quattro assi che tra loro vivono in un rapporto di interconnessione data la complessità dello stesso, fra interiorizzazione ed esteriorizzazione delle emozioni (e degli agiti), adattamento e mantenimento, fra condivisione e introspezione.

Le emozioni sono, per questi e altri motivi, espressione di elementi fisiologici connessi ad esperienze, regole e sanzioni sociali (Cattarinussi, 2006, p. 21) all'interno della comunità sociale di appartenenza e della società più in generale (Hochschild, 2013, p. 37)<sup>7</sup>.

Proprio quest'ultima, per usare le parole di Comte, si regge sulla morale e sulla religione positiva (ossia basata sull'umanità, dunque laica) che non sono altro che espressioni di coesione e solidarietà (Comte, 1830-1842, 1967) dove il mondo emotivo è funzionale all'ordine sociale e dove esso viene condiviso comunemente fra gli individui, orientando le proprie azioni in base agli stimoli emotivi (Iagulli, 2011, pp. 22-23).

Anche Durkheim sosteneva che i fatti collettivi ossia i riti e le cerimonie gruppal/comunitarie sono emozioni più o meno cristallizzate (Jeffrey, 2002, p. 30) le quali si inseriscono, a loro volta, nella solidarietà e nella morale collettiva<sup>8</sup> (Turner, 2005, pp. 72-73). Si realizza, in tal senso, l'“effervescenza collettiva” delle e nelle cerimonie gruppal: i simboli entrano non solo nella sfera delle menti a livello indi-

---

<sup>7</sup> Da sottolineare che la Hochschild, prima teorica della sociologia delle emozioni, usa in modo interscambiabile i termini emozione/sentimento in quanto la stessa emozione richiama una cooperazione con un'idea, un ricordo, un altro, un contesto di cui lo stesso individuo è consapevole.

<sup>8</sup> In effetti, Durkheim si concentra sull'importanza dei simboli religiosi aventi una sorta di qualità sacra, al di là e con l'aspetto religioso. Questi hanno piuttosto il potere di suscitare emozioni intense fra gli individui. Potere che può essere, secondo il sociologo, di due tipi: uno rispecchiante gli elementi culturali di riferimento, l'altro riguardante il controllo individuale delle proprie azioni in base alle emozioni provate. Queste sono connesse a diversi elementi, fra questi: i valori culturali, le ideologie, le norme morali; i simboli esterni; i rituali e i momenti sacri a essi collegati; comunicazione e parola; eventuali “sanzioni” qualora non si rispettassero tali riti.

viduale ma anche e soprattutto nella sfera emozionale e sentimentale conservandosi nel gruppo (Durkheim, 1912, 2005, p. 44)<sup>9</sup>.

I rituali e il sacro sono talmente importanti che consentono alla società di vivere in modo funzionale e integrato, seguendo le norme morali previste in quella specifica comunità. L'obiettivo delle emozioni diventa ed è, non a caso, ravvivare il senso di appartenenza sociale<sup>10</sup>.

Emozioni che, ancora una volta, rappresentano il presupposto indispensabile all'individuo e alle relazioni sociali poiché esse stesse si realizzano nel legame interattivo con l'altro da sé (Simmel, 1989)<sup>11</sup>: “*gli individui entrano in rapporto l'uno con l'altro attraverso le emozioni e i sentimenti ma ogni forma di relazione produce a sua volta sentimenti e altre emozioni. Che non dipendono dalla nostra volontà o da cause esterne ma nello stesso tempo prendono forma nell'interazione*” (Turnaturi, 1994, p. 20).

È bene specificare, per completezza, che per la teoria sociologica delle emozioni quest'ultime si dividono in: 1. *reflexive role-taking emotions* dirette verso di sé come la colpa, la vergogna, l'imbarazzo, la vanità e l'orgoglio e 2. *empathic role-taking emotions* che si sentono e provano quando ci si mette al posto di qualcun altro per sentire ciò che egli prova (Cominelli, 2015, p. 38) o comunque quando si tenta di farlo.

Sono entrambe fondamentali per il comportamento sociale, orientando l'individuo all'autocontrollo e guidandolo per evitare azioni considerate devianti (Cominelli, 2015, pp. 38-39), in una forma di adeguamento e accomodamento sistemico e legittimato.

Esistono, per questo, le cosiddette *feelings rules*, regole emozionali o emotive che guidano l'interazione sociale: in base ad esse per ogni situazione sono ammesse, infatti, specifiche emozioni accompagnate da una loro espressione coerente (Cattarinussi, 2000, p. 31).

Frijda specifica le *Laws of Emotion* intendendo con tale espressione l'insieme di quelle “*emozioni che sorgono in risposta alle strutture di significato di e in determinate situazioni: le diverse emozioni, cioè, nascono e si manifestano in risposta al contenitore sociale e al tipo di relazione (più intensa o meno) in atto fra gli agenti sociali*” (Frijda, 1988, p. 349).

Nella vita quotidiana, si pensi alle richieste di spiegazione, ai rimproveri, o alla persuasione dell'altro verso di noi: questi sono solo alcuni principi che nelle emozioni rimandano al rispetto delle regole - *rule reminders* (Hochschild, 2013, pp. 79-81).

Le regole emozionali suggeriscono come comportarsi o cosa sarebbe meglio provare in un determinato momento o circostanza: si pensi alla dicotomia “*dovrei*”/“*vorrei*”; “*voglio*”/“*cerco di*” (Ivi, p. 27)<sup>12</sup>. È la gestione emozionale che caratterizza i tentativi di portare l'esperienza soggettiva a livelli normativi situazionali.

<sup>9</sup> Scrive Durkheim a tal proposito: “*verrà un giorno in cui le nostre società conosceranno ancora momenti di effervescenza creativa da cui sorgeranno nuovi ideali, da cui scaturiranno nuove formule che serviranno, per un certo tempo, da guida all'umanità; e una volta vissute queste ore, gli uomini proveranno spontaneamente il bisogno di riviverle ogni tanto nel pensiero, cioè di conservarne il ricordo per mezzo di feste che ne ravvivino regolarmente i frutti*” (Durkheim, 1912; 2005, p. 491).

<sup>10</sup> Se ciò non avviene, e cioè se viene a mancare l'ordine dell'interazione anche su base emozionale, è la stessa identità degli individui che si compromette (Goffman, 2003, p. 12).

<sup>11</sup> Sono i processi di modernizzazione che, poi, rendono l'uomo moderno solo, perdendo l'equilibrio legato alla sua soggettività.

<sup>12</sup> Si pensi alla vergogna. Al soggetto viene concesso il permesso di sentirsi colpevole rispetto alla situazione.

li, cambiando sia il proprio modo di sentire in quel momento e la condizione oggettiva stessa (Turner-Stets, 2005, p. 52).

Per la Hochschild, l'*emotion work*<sup>13</sup> (o anche chiamato “recitazione profonda”<sup>14</sup>) indica quel “tentativo consapevole di modificare quantitativamente o qualitativamente un sentimento” (Hochschild, 2006, p. 105); “lavorare su un’emozione o un sentimento equivale [...] a controllare un’emozione nella vita privata” (Hochschild, 1995, pp. 160-162); il lavoro emozionale, ancora, “prova a cambiare in grado o qualità una emozione o un sentimento” (*Ibidem*, p. 26), laddove lavorare su un’emozione significa anche gestirla (*Ibidem*, p. 56).

Per realizzare ciò c’è bisogno, in particolare, che l’agente sociale si doti di un “Io senziente che ha la capacità di provare sentimenti ed è consapevole di farlo” (Hochschild, 2006, p. 74), in una sintesi fra emozione e ragione. “Diversamente da un calcolatore privo di vita o da un cieco esecutore di emozioni incontrollate, l’io senziente è consapevole del sentimento, ma anche dei tanti codici culturali attraverso i quali prende forma” (*Ibidem*).

L’individuo è consapevole di provare emozioni adattandole in modo coerente alle situazioni sociali differenti nelle quali agisce. Egli cerca di comprendere il motivo ed il significato del suo sentire, scongiurando la possibilità di farsi “trasportare da situazioni emotive create da altri e che spesso non gli appartengono” (Hochschild, 2013, pp. 23-24).

Il sentire sociale, in un contesto così delineato e con attori sociali consapevoli, fa sì che le emozioni siano parte integrante della realtà contingente e del legame sociale ma consente che esse siano spesso condizionate dalla cultura del mercato, “quel tipo di ideale caratterizzato da dall’insieme di convinzioni e pratiche derivanti dalle premesse che il comprare e il vendere sono forme primarie di identità” (Hochschild, 2006, p. 175); ciò può deviare l’individuo e lo slega dai legami affettivi, considerando i sentimenti da un punto di vista meramente effimero ed utilitarista, realizzando un disimpegno dei sentimenti in una cultura, quella occidentale attuale, a connotazione “fredda” (Flam, 1995).

## 2. La strumentalizzazione delle emozioni oggi e la dis-connessione emotiva: Homo Oeconomicus vs Homo Sentiens

Il modello dell’*Homo Oeconomicus*, a partire da Locke, vede l’interesse proprio come unico impulso dominante, vede il legame sociale come prodotto di meri rapporti contrattuali e l’ordine sociale come effetto di tali scelte razionali. D’altra parte, è nel momento in cui ciascuno persegue il proprio interesse egoistico che si realizza il bene comune, il benessere sociale somma delle singole utilità.

---

<sup>13</sup> Diverso è l’*emotion labor* inteso come “il controllo delle emozioni per motivi di lavoro” (Hochschild, 1995, p. 156). “Uso l’espressione lavoro emotivo per designare il controllo dei sentimenti finalizzato a creare un’espressione facciale e corporea pubblicamente osservabile; il lavoro emotivo è venduto in cambio di un salario e ha quindi un valore di scambio. Uso, invece, l’espressione “attività emotiva” per designare quelle stesse azioni condotte in un contesto provato in cui hanno un valore d’uso” (Hochschild, 1983, p. 7).

<sup>14</sup> *Deep acting* (recitazione in profondità) ossia il ricorso a strategie di ampia portata, come la modificazione di stati fisici o mentali, al fine di evocare le emozioni più conformi alle norme sociali; in altri termini, processo di modificazione del sentire dall’interno verso l’esterno. Al contrario della *surface acting* (recitazione di superficie) dove l’individuo assume la postura tipica che avrebbe se manifestasse l’emozione desiderata, nella speranza di arrivare a sentirla davvero in una gestione diretta dell’espressione comportamentale.

Il ruolo dell'attore emozionale va pensato, invece, non “*in contrapposizione all'attore razionale e normativo, ma ne è invece un'altra faccia, una sua parte costitutiva e ineliminabile e non va inteso come un soggetto spontaneo, libero da vincoli e costrizioni*” (Turnaturi, 1995, p. 14). Anche di tipo economico e conformistico.

La questione che oggi si fa cogente è legata “*al mercato che oggettiva il mondo (...)*” (Godbout, 1998, p. 185), alle emozioni che diventano mero prodotto economico, alla perdita di spontaneità e di generosità di cui l'uomo è capace, recidendolo dalla sua vera natura che è sociale (Lévi-Strauss, 1990, p. 77).

La commercializzazione e la mercificazione delle emozioni sono evidenti non solo nel marketing sociale (o meglio nel marketing emozionale<sup>15</sup>) più o meno spinto dove le stesse emozioni diventano oggetti che si vendono in base a linguaggi e prodotti desiderabili all'interno della spinta economica<sup>16</sup> ma anche e soprattutto nelle relazioni stesse che si fanno liquide.

Le nuove tecnologie, in altri termini, portano con sé una ridefinizione dell'umano, dei linguaggi e dei concetti fondamentali dell'essere umano nel mondo, nella storia, nella natura (Accoto, 2019).

I social network, a tal proposito, ne sono espressione evidente: le emozioni vengono sviscerate, condivise, disegnate (si pensi alle *emoticon*<sup>17</sup> o alle *gif*<sup>18</sup>) e possono aumentare o diminuire, a seconda del dato numerico ricevuto e della qualità del messaggio (foto, video), la popolarità, la visibilità, l'accettazione o l'esclusione dell'utente, diventando più espressione simbolica e metaforica della relazione-legame sociale.

Proprio le *emojis*, usate dal 92% degli internauti di tutto il mondo, rivelano aspetti nascosti della personalità in una comunicazione sempre più cyber: attraverso le faccine si orientano sia l'informazione che l'emozione ad essa sottesa, visto che sono dotate di funzionalità sia interpersonali che interpersonal, per chi le invia e per chi le riceve (Kaye *et al.*, 2017, pp. 66-68).

Le *emoticons*, in altre parole, riproducono immediatamente e senza sforzi linguistici, le espressioni facciali empiriche insieme al dato emotivo nell'on-line e nella comunicazione delle app. Inoltre, esse divengono un “medium ibrido”<sup>19</sup> ossia una modalità a metà fra produzione scritta e produzione orale utilizzata dalla cosiddetta generazione *touch* (Riva, 2014, pp. 37-43 e pp. 65-66).

Se da una parte, esse rafforzano il contenuto verbale del messaggio (Wallace, 2017, pp. 46-53), dall'altra consentono di ridurre il nostro carico cognitivo e comportamentale (Ivi, p. 48).

---

<sup>15</sup> Si pensi al *neuro marketing*, all'uso di tecnologie per misurare variazioni fisiologiche prodotti da stimoli pubblicitari.

<sup>16</sup> L'emozione, soprattutto quella a connotazione positiva, è al centro dell'esperienza di consumo.

<sup>17</sup> Le *emoticons*, create in America all'inizio degli anni 80', derivano dalle parole inglesi “*emotions*” e “*icons*” che sostituiscono elementi meta-comunicativi della relazione vis à vis.

<sup>18</sup> *Graphics Interchange Format* ossia Formato di interscambio Grafico, immagini animate con sequenze di fotogrammi.

<sup>19</sup> Secondo uno studio dell'*University of the Sunshine Coast* in Australia emerge che i bambini che trascorrono la maggior parte del tempo sui social media, tendono a sviluppare minori capacità di riconoscere le emozioni nei volti degli altri e sviluppano altresì minori abilità sociali. Hinchliffe J., *Too much social media could hamper your child's ability to read facial emotions, study finds* in <http://www.abc.net.au/news/2017-09-26/screen-time-could-hamper-ability-to-read-facial-emotions-study/8987512> del 26.09.2017

Il web 2.0<sup>20</sup>, e in particolare, i social network da un lato de-materializzano i contenuti dall'altro disintermediano nel senso che a ciascun utente viene data la possibilità di costruire e diffondere propri contenuti evitando ciò che accade in contesto reale; bypassando, cioè ogni forma di mediazione relazionale legata a valori tradizionali dell'interazione (Riva, 2014, p. 519).

La Turkle, in riferimento a queste nuove modalità di linguaggio, parla di solitudini in rete. A partire dalla (dis-)connessione emotiva accade che, da un lato, si costruiscono legami di attaccamento con le macchine, dall'altro, ci si allontana sempre di più dalle relazioni sociali autentiche (Marmion, 2015, pp. 28-33), dall'apprendimento emotivo e sociale. La rete dà l'illusione di dirigere l'attenzione dove si vuole; di essere (formalmente) ascoltati; di non essere mai soli appunto (*Ibidem*).

I social network sono diventati attrattori apparenti di like e apprezzamento sociale, dove la relazione emerge in un ambiente altamente emotivo e stimolante che, però, appiattisce l'identità individuale e sociale declinandola in base al desiderio della platea, dei *followers*.

Questi elementi possono, cioè, realizzare una vera e propria condizione di status sociale legata ai sentimenti e alle emozioni sottese. Emblematici sono quei programmi e quelle applicazioni a pagamento che consentono di aumentare i "mi piace" sui diversi social come *WOWLikes* e *InstaLikeMe*<sup>21</sup> o ai blog che danno suggerimenti per incrementare i like su *Facebook*<sup>22</sup>, o ancora, a veri e propri manuali ad hoc. "È l'investimento di se stessi nel social network e come vengono gestite le reazioni, o le non reazioni degli altri, che determina se l'uso che se ne fa è positivo o negativo" (Marino et al., 2018, pp. 262-277).

Esisterebbe una dicotomia: sembrerebbe che, da una parte, il legame sociale sia ricercato a tutti i costi, in una sorta di dipendenza disfunzionale dagli altri, ma dall'altra, che la relazione sociale sia strumentale al compiacimento di sé verso il mondo esterno che richiede emozioni positive e performanti, nel riconoscimento del proprio successo e apprezzamento sociale.

Commercializzare le emozioni (Hochschild, 2003) significa anche questo: dare in pasto agli altri parti di noi che ci mostriamo al meglio delle nostre possibilità, attenuando e anestetizzando le vere relazioni sociali ed il vero legame<sup>23</sup>, con risvolti psicologici legati alla propria autostima, alla percezione del sé, al proprio valore personale e alla propria identità (individuale e sociale).

Lo *sharing* e il suo impatto social diventano, infatti, indici assoluti di relazione con l'altro, nel bene e nel male. Anche l'"etichettare" ossia il "taggare" (*tagging*) riflette tale situazione, in quanto si associa ad un amico o conoscente un'immagine

---

<sup>20</sup> Riva parla, a tal proposito, di "generazione social media" includendo i nati nella prima metà degli anni 90'.

<sup>21</sup> Programmi che permettono di aumentare i like su Instagram. L'applicazione, una volta scaricata, consente di accedere all'account Instagram tramite un pannello che mostra le foto degli utenti iscritti a *WowLikes*, dove si può mandare un like o decidere quale utente seguire. Una volta deciso di cliccare sul "mi piace" di una fotografia, viene riconosciuta una ricompensa (monetina), in soldi virtuali, con la quale acquistare dei like per i nostri scatti. Con 100 monetine si possono richiedere 50 likes; con 200 monetine 100 likes; con 350 monetine 200 likes; con 500 monetine 300 likes.

<sup>22</sup> *Facebook Autoliker* in effetti permette, tramite un link, di avere gratuitamente e in automatico un like tutte le volte che si posta un contenuto sulla propria pagina.

<sup>23</sup> Gli utenti che usano i social, Facebook in particolare, in tal modo sono più a rischio di *distress* psicologico ossia a rischio di riportare maggiori livelli di angoscia, ansia, depressione, nevrotismo e bassa autostima unitamente all'insoddisfazione per se stessi e la loro vita. Simoniello T., "Niente like? Non valgo nulla", così su Facebook gli adolescenti vanno in crisi, <http://www.repubblica.it/salute/ricerca/2018/02/20/news/facebook-189326178/> del 20.02.2018

in cui lui è presente anche se non vuole (Riva, 2014, p. 104) e questo è indice della possibilità di intervenire nella relazione con l'altro al di là della soggettività e della relazione. Carlo Galimberti, a tal proposito, parla di “intersoggettività enunciativa” per intendere proprio il fatto che la propria individualità dipende fortemente da quella degli altri (Galimberti C., 2011). Internet e i social hanno reso tale processo più immediato.

Secondo uno studio condotto dall'*Happiness Research Institute* - “*The Facebook experiment*” - i frequentatori del social network hanno ben il 39% di probabilità di sentirsi meno felici dei loro amici che non li usano<sup>24</sup>, riportando differenze sostanziali: chi non ha usato Facebook per una settimana, infatti, ha raggiunto un livello di qualità della vita più alto (nel 88% dei casi ha dichiarato di essere felice) contro l'81% di coloro che hanno continuato a usare il social. Chi ha fatto a meno di comunicare on line, inoltre, ha riportato maggiori livelli di concentrazione, più propensione alla vita sociale e meno nervosismo; il 54% di coloro che è rimasto connesso ha ammesso, invece, di sentirsi in uno stato d'animo “preoccupato” (contro il 41%), il 25% di sentirsi solo (contro il 16%), il 55% più stressato.

I dati qui riportati convergono sul fatto che ormai tutti i rapporti, a partire da quelli familiari per arrivare a quelli amicali nel loro complesso, hanno subito notevoli trasformazioni (Salerno, 2010). In effetti è, ad oggi, il mondo virtuale a creare e gestire le relazioni ed il legame sociale. E con quest'ultime anche le emozioni a esso sottese.

Si manifesta la cosiddetta “(dis)connessione emotiva”<sup>25</sup>, un legame – non legame va al di là dal semplice uso del mezzo tecnologico che non prevede alcun coinvolgimento affettivo (Salerno-Lena, 2016, pp.12-17) o ne prevede uno distorto. Alla dis-connessione emotiva si aggiunge la devianza emozionale (Thoits, 1989, 1990, 1995) quale espressione di una mal comprensione dell'altro e dei propri agiti disfunzionali.

La devianza emozionale è “*l'esperienza o l'espressione di emozioni che differiscono, qualitativamente o quantitativamente, da quanto ci si aspetterebbe di osservare in determinate situazioni*” (Thoits in Turnaturi, 1995, p. 126), la differenza fra ciò che si sente in una certa occasione e ciò che viene prescritto dai *feeling rules* in base alle quali per ogni situazione sono ammesse specifiche emozioni accompagnate da una loro espressione coerente (Cattarinussi, 2000, p. 31).

Fra gli elementi da considerare alla base della devianza emozionale che concorrono alla ridiscussione dell'umano nella società tecnologica (*ibidem*), vi sono: a) pluralità di ruoli sociali contemporaneamente ricoperti; b) situazioni di marginalità subculturale; c) situazioni di transizioni di ruolo; d) presenza di regole troppo rigide volte a regolare ruoli e rituali<sup>26</sup>.

Gli utenti, in altre parole, si emozionano in rete ma non sperimentano tali sensazioni; piuttosto le “provano” in maniera alterata attraverso i contenuti mediali e ai messaggi in essi inseriti. È pur vero che i social network offrono opportunità e reazioni emotive definite anche “*affordance emozionali*” e tre sono gli elementi che le

<sup>24</sup> Ricerca condotta su 1095 soggetti danesi divisi in due gruppi: il primo ha usato FB come di consueto (sempre), il secondo ha dovuto smettere per una settimana. *The Facebook experiment. Does social media affect the quality of our lives?*. The Happiness Research Institute, 2015. <https://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1320138/FULLTEXT01.pdf>.

<sup>25</sup> Oggi si può parlare, a tal proposito, di internet come di una vera e propria “tecnologia dell'emozione”.

<sup>26</sup> Interessante, a tal proposito, la visione della Wallace sulla ricerca del Leviatano on line, inteso (filosoficamente) come l'autorità alla quale cedere parte delle proprie libertà in cambio di sicurezza e difesa (Wallace, 2017, p. 97).

caratterizzano: lo shock (repulsione); la sorpresa (attrazione) e la sicurezza (Riva, 2014, p. 80).

Queste emozioni mediate, sia esse positive che negative, sono però “disincarnate”, si sentono ma non si appartengono (Ivi, p. 84). I media riducono la consapevolezza emotiva, e dunque la produzione di neuroni specchio, fino ad esaurire anche i comportamenti conseguenti.

Ciò vuol dire che, sebbene in rete si sperimenti tutta la vasta gamma emozionale, è lo schermo a frapporsi fra l'utente e il modo in cui essa viene espressa, come in una finestra che si affaccia verso un mondo affettivo altro, diverso, che sfocia in un “secondo sé” (Salerno-Lena, 2016, pp. 12-17).

Tecnologia che sembra esercitare, come sosteneva già McLuhan, una forma di fascino molto potente verso l'individuo, in un “narcisistico torpore” che lo rende passivo e lo narcotizza (McLuhan, 1967).

Siamo in quello che viene definito “momento robotico” ossia le macchine tecnologiche vengono considerate interlocutori preferenziali di esperienze personali ed emotivamente rilevanti (Marmion, 2015, pp. 28-33), in una sorta di fiducia infinita per il progresso che permette una comunicazione ed un'informazione, idealizzata, senza rischi, delusioni o pericoli.

Il legame sociale *on line* sembra, dunque, modificare ciò che le persone pensano di se stesse e degli altri, in uno scambio emotivo che può diventare disfunzionale emotivamente e dissonante socialmente.

Una fra le dimensioni cognitive, infatti, a essere intaccata dai nuovi media è proprio quella legata alla capacità di sentire e di riconoscere le emozioni: nonostante l'utente abbia la possibilità di provare emozioni durante l'utilizzo dei media, essi non sono capaci di nominarle correttamente, di gestirle e soprattutto di riconoscere quelle altrui (Riva, 2014, p. 79).

Secondo la Wallace, infatti, internet rappresenta un ambiente completamente nuovo per il comportamento dove vanno analizzate le relazioni e le interazioni umane (Wallace, 2017): così come gli individui sono influenzati fortemente dal contesto nel quale sono, così la rete (ambiente virtuale) costruisce e mantiene online un soggetto che vive una versione di sé potenziata, aumentando o diminuendo positività e negatività; aumentando o diminuendo azioni e comportamenti seguiti da comunicazioni più aggressive e brusche<sup>27</sup>.

Interessante, a tal proposito, il recente filone di studio dedicato al contagio emozionale<sup>28</sup>, con riferimento specifico allo studio realizzato da Facebook su quasi 700.000 utenti (Jouhki *et al.*, 2016, pp. 75-85): sono stati manipolati i *feed* delle notizie per poi valutare gli effetti gli individui a livello emotivo. I risultati mostrano che, a seconda dei *feed* a contenuto emotivo positivo o negativo, gli utenti condividono proprie emozioni a seconda degli stimoli ricevuti e condivisi impattando sulle loro azioni e ricerche on line. Questa ricerca apre nuovi scenari che ribaltano totalmente la convinzione per cui il contagio emotivo debba necessariamente accompagnarsi all'interazione non verbale.

Quindi, è “*la cultura emozionale che disancora il formarsi delle emozioni dalla loro origine biofisiologica per radicarla nei contesti sociali, nella dimensione simbolica, nelle espressioni linguistiche e nel senso comune*” (Turnaturi, 1998, p. 228).

---

<sup>27</sup> Bonfranceschi A., *La psicologia dei social, ecco perché sul web cambiamo personalità*, in [http://www.repubblica.it/salute/ricerca/2017/03/21/news/rete\\_internet\\_psicologia-161065612/](http://www.repubblica.it/salute/ricerca/2017/03/21/news/rete_internet_psicologia-161065612/) del 24 Marzo 2017.

<sup>28</sup> O contagio emotivo inteso come “*un processo in cui una persona o un gruppo influenza le emozioni o il comportamento di un'altra persona o gruppo attraverso l'induzione conscia o inconscia di stati emotivi e atteggiamenti comportamentali*” (Schoenewolf, 1990, pp. 49-61).

Fondamentale diventa, perciò, interrogarsi sul ruolo delle emozioni e del legame sociale nelle dinamiche societarie odierne dove la differenza è insita nella cultura emozionale di riferimento che è anche antropologicamente orientata: è il caso dell'“*amae*” giapponese, quel sentimento fra l'amicizia e l'amore; condizione della relazione che si esprime su di un registro non verbale, si esperisce ma non si racconta. Essa è “*l'emozione giapponese per eccellenza [in cui] c'è un po' di tutto: senso di colpa e vergogna, richiesta e offerta di amore e di protezione ma anche affermazione di sé e del gruppo attraverso l'altruismo, la gentilezza e la disponibilità*” (Milanaccio, 2000, p. 67).

Questo per sottolineare che la cultura emozionale di un contesto societario non è innato ma è piuttosto un processo dinamico in cui si inserisce la socializzazione emozionale, sintesi di elementi soggettivi e sociali in quanto condizionata dalle costruzioni cognitive, dalla struttura sociale, dalle esperienze individuali soggettive e condivise.

Si parla di “socializzazione emozionale”<sup>29</sup> in quanto strumento e processo in base al quale alcuni individui radicano in sé, nella propria struttura identitaria e personale, il comportamento istituzionale/normativo (delle società) da seguire (Turner, 1976, pp. 989-1016).

Se i modelli che vengono proposti enfatizzano la commercializzazione delle emozioni e non la loro comprensione e il loro riconoscimento reale e condiviso, allora diventa difficile se non impossibile ri-pensare a una comunità aggregativa e solidale che guarda alla qualità delle relazioni piuttosto che alla quantità.

È necessario un ritorno alle emozioni tutte, effettive, sentite, sviscerate nella consapevolezza condivisa e reciproca che dà vita a comportamenti altrettanto responsabili e attenti al benessere relazionale che è individuale e collettivo contemporaneamente.

### 3. Nuovi orizzonti per le emozioni nella società attuale

Nella società post-moderna, così come sostiene Ferro “*non ci sono emozioni positive e negative; esse sono tutte musica della vita*” (Sica, 2007). Purtroppo è la stessa società attuale che ci impone una sorta di tabù emozionale che detta e regola agiti e comportamenti umani; si operano forme di “censura”, di “castrazione” pulsionale prima ed emotiva poi.

Il che significa trasmettere, soprattutto all'uomo in formazione, un misconoscimento delle sue peculiarità, privandolo di stima verso se stesso e, piuttosto, facendolo sentire non interessante e una nullità (Barba & D'ambrosio, 2016, pp. 252-270). In effetti, “*l'evitamento delle emozioni pare sia una delle attività principali della nostra mente*” (Ferro, 2007, p. 9).

Secondo Cattarinussi, nell'età post-moderna, è mutato il rapporto fra esperienze ed emozioni: si pensi al legame fra individuo e proprie emozioni laddove quest'ultime si sottomettono alla coscienza e alla riflessività (Cattarinussi, 2000, pp. 106-107) alla relazione individuo-società dove viene a mancare la condivisione di senso e di sacro,<sup>30</sup> e al mutato rapporto fra esperienza ed emozioni riprodotte, etichettate, indotte, connotate aprioristicamente.

---

<sup>29</sup> Si veda il ruolo dell'attaccamento nello sviluppo emotivo e i tipi di attaccamento.

<sup>30</sup> Si pensi a Durkheim e alla coscienza collettiva intesa come insieme di quelle realtà valoriale e dunque emozionali condivise da tutto il gruppo sociale che, a loro volta, rimandano al legame sociale (*Ibidem*).

Desideri parla, a proposito del problema delle emozioni nel contesto societario attuale, di confusione fra concetti invece ben distinti: quello di “*immediatezza pre-riﬂessiva della passione e quello della spontaneità (autonomia) dei sentimenti*” (Desideri, 1998, pp. 30-35) dove l’errore risiede nell’identiﬁcare l’ingenuo e il sentimentale (Ivi, pp. 31-32).

Emozioni che sono, oggi, connesse all’amor di sé, all’egoismo, alla vanità, al nichilismo, al desiderio di potere (dimensione individuale), all’ansia di approvazione, all’interesse strumentale (emozioni agite socialmente ma in modo distorto), in un circuito paradossale ed antinomico che accetta entrambe le posizioni. “*Per quanto riguarda il nostro presente (...), siamo in una dimensione quasi anestetica della sensibilità affettiva indotta dall’eccesso di stimoli percettivi (...). Forse è necessario educarci a sentire i sentimenti, rispettandoli come voci dell’altro in noi. E per questo non c’è un inizio migliore della disposizione all’ascolto: divenire capaci di attenzione*” (Desideri, 1998, pp. 35-36)

Bauman (2004), coerentemente, sostiene che proprio tale “*scomposizione emotiva*” propria dell’uomo post-moderno rispecchia la frammentarietà dell’esperienza umana attuale che è liquida.

Essendo individui sociali, però, non possiamo smettere di sentire: le stesse emozioni sono sociali così come anche le “*mappe emotive*”<sup>31</sup> (Galimberti U., 2007) che ci consentono di districarci nel mondo confuso dall’identità propria a quella altrui, nel fluire comportamentale.

Ferro (2007), a tal proposito ed in accordo con Umberto Galimberti (2007), parla della mancanza di un “*sillabario emotivo*” senza il quale viene meno la possibilità di nominare le emozioni e di renderle oggetto di un processo di alfabetizzazione; processo quest’ultimo che implica azione ed agire con e verso l’altro, nel primissimo riconoscimento di Sé e del proprio tessuto emotivo.

Questa assenza, nel breve termine, può portare a disadattamento, chiusura, difficoltà relazionali, incapacità di gestire i conflitti e le situazioni infelici mentre nel lungo termine può essere causa di condotte devianti o comunque a rischio. Bypassando, in altri termini, la regola del proprio e del comune sentire e anche del diritto, della norma.

Esistono, allora, dei rischi. Fra questi: la perdita del senso intrinseco del legame sociale e delle emozioni; l’idealizzazione dell’interlocutore che soprattutto on line può fornire informazioni irreali, falsificandole; la preferenza di relazioni soltanto sul web con conseguente sviluppo di dipendenza e perdita di interesse per relazioni sentimentali reali (Salerno & Lena, 2016, pp. 12-17); la sperimentazione di emozioni aggressive facilmente condivisibili a partire dagli *avatar* o *doppleganger* che hanno un impatto anche nella vita reale. Si può sviluppare, all’estremo, una vera e propria “*tossicomania*”<sup>32</sup> che incide in modo deleterio sullo svolgimento normale delle attività quotidiane e compromettere relazioni già stabilite.

La conoscenza e la comprensione della stessa società digitale contemporanea, dunque, presuppone l’interesse verso queste nuove tipologie in termini di motivazione, di emozioni e di linguaggi.

Ogni nuova tecnologia, indipendentemente dal messaggio trasmesso, costituisce in primis un *modus operandi* di elaborare un’informazione che ridefinisce

---

<sup>31</sup> Si veda il concetto di Umberto Galimberti di “*mappa emotiva*” intesa come l’insieme di quelle modalità che permettono all’individuo (soprattutto nei primissimi anni di vita) di sentire e reagire agli eventi in modo emozionalmente orientato e consapevole.

<sup>32</sup> Si pensi alla dipendenza da internet più in generale e alle patologie che l’uso scorretto della rete può contribuire a sviluppare.

l'architettura della mente (De Kerckhove, 2001) con ripercussioni sulle modalità di interpretazione e relazione con la realtà (Ferrara, 2016, p. 9), ignorando o agendo in modo disfunzionale (anche se non sempre) le regole affettive a partire dal contesto reale.

## Conclusioni

Le emozioni non sono affatto irrazionali ma legate al pensiero che presuppongono, secondo l'impostazione qui presentata, agiti e comportamenti i quali riguardano l'intera scienza dell'umano: esse sono “*al centro dei normali processi routinari nei processi sociali quotidiani, incluse le strutture dell'ordine sociale e il mutamento sociale armonico*” (Cominelli, 2001, p. 134).

L'individuo è, prima di tutto, un soggetto sociale senziente che è capace di ascoltare le emozioni proprie e altrui, di carpirne il senso più profondo e di utilizzarle razionalmente secondo regole di *management* specifiche che si riversano negli agiti e, dunque, nella relazione.

Tale competenza, come molte altre, va allenata e presuppone un'attenzione educativa, soprattutto per le giovani generazioni che parlano linguaggi, anche emotivi, tecnologicamente orientati, dove esistono regole emozionali che vanno ri-pensate, ri-mediate e condivise.

Lo stesso legame sociale delle emozioni è “*un prodotto delle relazioni sociali e di particolari sistemi d'interazione*” (Cerulo, 2015, p. 16) che fortifica e rafforza il senso di appartenenza al gruppo e alla comunità più allargata.

Sociologia delle emozioni e paradigma relazionale, dunque, come riscoperte modalità di leggere i fenomeni sociali tutti a partire dal legame sociale che assume forme e connotazioni, oggi più di ieri, complesse e problematiche.

Alla luce del quadro teorico qui presentato brevemente, le emozioni consentono all'individuo di affrontare situazioni contingenti anticipando possibili scelte e dunque presumibili conseguenze future, attraverso la capacità di riassumere le informazioni secondo modelli più o meno stereotipati di agito.

La componente emotiva, in altre parole, predice<sup>33</sup>, guida e orienta la cognizione e i giudizi morali al pari di ogni altro tipo di giudizio che affonda nell'intuizione e nel rapporto umano (Thoits, 1995, p. 126; Cattarinussi, 2006, p. 130).

Vi è l'esigenza di ri-tornare a riflettere su questi temi che la sociologia ha fin dalle sue origini contemplato e che sempre di più si interconnettono alla più ampia sfera dell'umano in relazione con gli altri, la società tecnologica, il mondo.

## Bibliografia di riferimento

- Accoto, C. (2019). *Il mondo ex machina. Cinque brevi lezioni di filosofia dell'automazione*. Milano: Egea.
- Anolli, L. (2002). *Emozioni*. Milano: Edizioni Unicopli.
- Aron, R. (1972). *Le tappe del pensiero sociologico*. Milano: Mondadori.
- Barba, D. & D'Ambrosio, M. (2016). Indifferenti o nichilisti? Prime riflessioni sui comportamenti strumentali e conformistici negli adolescenti 2.0. In R. Felaco & G. Baldassarre (a cura di), *L'intervento psicologico nei processi di sviluppo*. Napoli: Kaizen Edizioni.
- Bauman, Z. (2004). *Amore Liquido*. Roma-Bari: Laterza.

---

<sup>33</sup> Si vedano le emozioni come “elementi predittivi” di scelte e comportamenti.

- Cambi, F. (1998) (a cura di). *Nel conflitto delle emozioni*. Roma: Armando Editore.
- Cattarinussi, B. (2000). *Emozioni e sentimenti nella vita sociale*. Milano: FrancoAngeli.
- Cattarinussi, B. (2006). *Sentimenti, Passioni, Emozioni. Le radici del comportamento sociale*. Milano: FrancoAngeli.
- Cerulo, M. (2014). *La società delle emozioni. Teorie e studi di caso tra politica e sfera pubblica*. Napoli-Salerno: Orthotes Editrice.
- Cominelli, L. (2015). *La cognizione del diritto*. Milano: FrancoAngeli.
- Comte, A. (1967). *Corso di filosofia positiva*. Torino: Utet (Edizione originale 1830-1842).
- De Kerckhove, D. (2001). *L'architettura dell'intelligenza*. Torino: Testo & Immagine.
- Desideri, F. (2009). Modelli di (ir)razionalità e verità dei sentimenti. In O. Di Giovine, *Un diritto penale empatico? Diritto penale, bioetica e neuroetica*, Torino: Giappichelli.
- Donati, P. (2011). L'amore come relazione sociale. *SocietàMutamentoPolitica*, 2(4 ), pp. 15-35.
- Durkheim, É. (2005). *Le forme elementari della vita religiosa, Il sistema totemico in Australia*. Roma: Meltemi.
- Elias, N. (1939). *Il processo di civilizzazione*. Bologna: il Mulino.
- Ferrara, F. (2016). Lo scarto fra realtà e rappresentazione. Immagini, società spettacolare e social media. *Metabasis.it*, 21(5), XI, pp. 12-24.
- Ferro, A. (2007). *Evitare le emozioni, vivere le emozioni*. Milano: Raffaello Cortina.
- Fitzi, G. (2012). Agire affettivo, carisma e asceti intramondana. Il contributo weberiano alla sociologia delle emozioni. *SocietàMutamentoPolitica*, 2(4).
- Flam, H. (1995). *L'"uomo" emozionale*. Milano: Anabasi.
- Frijda, N.H. (1988). The Laws of Emotions. *American Psychologist*, 43(5): pp. 349-358.
- Galati, D. (2002). *Prospettive sulle emozioni e teorie del soggetto*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Galimberti, C. (2011). Segui il coniglio bianco. Processi identitari e costruzione della soggettività nella presentazione di sé: il caso delle interazioni on line. In C. Regalia & E. Marte (a cura di), *Identità in relazione. Le sfide odierne dell'essere adulto* (pp. 73-127). Milano: McGraw-Hill Education.
- Galimberti, U. (2007). *L'ospite inquietante, Il nichilismo e i giovani*. Milano: Feltrinelli.
- Godbout, J.T. (1998). *Lo spirito del dono*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Hochschild, A.R. (2006). *Per amore o per denaro. La commercializzazione della vita intima*. Bologna: il Mulino.
- Hochschild, A.R. (1995). Ideologia e controllo delle emozioni: prospettive e indicazioni per la ricerca futura. In G. Turnaturi (a cura di), *La sociologia delle emozioni*. Milano: Anabasi.
- Hochschild, A.R. (2013). *Lavoro emozionale e struttura sociale*. Roma: Armando Editore.
- Iagulli, P. (2011). *La sociologia delle emozioni. Un'introduzione*. Milano: FrancoAngeli.
- Jeffrey, C.A. (2002). *Emile Durkheim, contributi ad una rilettura critica*. Milano: Meltemi.
- Jouhki, J. et al., (2016). Facebook's Emotional Contagion Experiment as a Challenge to Research Ethics. *Media and Communication*, 4(4), pp. 75-85.
- Marino, C. et al. (2018). A comprehensive meta-analysis on Problematic Facebook Use. *Computers in Human Behavior*, 83, pp. 262-277.
- Marmion, J.F. (2015). Solitudini in rete. Conversazione con Sherry Turkle. *Psicologia Contemporanea*, 252, pp. 28-33.
- McLuhan, M. (1967). *Gli strumenti del comunicare*. Milano: Il Saggiatore.
- Milanaccio, A. (2000). Emozioni e strutture sociali. In B. Cattarinussi (a cura di), *Emozioni e sentimenti nella vita sociale*. Milano: FrancoAngeli.
- Pareto, V. (1915). *Scritti sociologici minori*. Torino: Utet.
- Plutchik, R. (2001). The nature of emotions: Human emotions have deep evolutionary roots, a fact that may explain their complexity and provide tools for clinical practice. *American scientist*, 89(4), pp. 344-350.
- Riva, G. (2014). *Nativi Digitali*. Bologna: il Mulino.
- Salerno, A. & Lena, A. (2016). L'amore ai tempi di internet. Coppia e vita virtuale. *Psicologia Contemporanea*, 258, pp. 12-17.
- Salerno, A. (2010). *Vivere insieme. Tendenze e trasformazioni della coppia moderna*. Bologna: il Mulino.
- Sica, L. (2007, 8 novembre). "Se si cancellano le emozioni", intervista ad Antonino Ferro. *la Repubblica*.

- Simmel, G. (1989). *Sociologia*. Milano: Comunità.
- Sroufe, A. (2000). *Lo sviluppo emotivo*. Milano: Raffaello Cortina.
- The Happiness Research Institute (2015). *The Facebook experiment. Does social media affect the quality of our lives?* Available on website: <http://www.happinessresearchinstitute.com/publications>.
- Thoits, P.A. (1989). The Sociology of Emotions. *Annual Review of Sociology*, 15(1), pp. 317-342.
- Thoits, P.A. (1990). Emotional deviance: Research agendas. In T. Kemper (Ed.), *Research agendas in the sociology of emotions* (pp. 180-203). Albany: State University of New York Press.
- Thoits, P.A. (1995). Devianza emozionale: futuri obiettivi della ricerca. In G. Turnaturi (a cura di), *La sociologia delle emozioni*. Milano: Anabasi.
- Turnaturi, G. (1994) (a cura di). *Flirt, seduzione, amore. Simmel e le emozioni*, Milano: Anabasi.
- Turnaturi, G. (1998). La sociologia delle emozioni. In P. De Nardis (a cura di), *Le nuove frontiere della sociologia*. Roma: Carocci.
- Turnaturi, G. (2013). Vergogna. Metamorfosi di un'emozione. *Rassegna Italiana di Sociologia*, 4, pp. 679-680.
- Turner, J.H. (2011). *The problems of Emotions in Societies*. New York: Routledge.
- Wallace, P. (2017). *La psicologia di Internet*. Milano: Raffaello Cortina..
- Weber, M. (1962). *Economia e società*. Milano: Comunità.
- Weber, M. (1982). *Sociologia della religione*. Milano: Comunità.