

Ambivalenza e differenziazione come chiavi concettuali per l'interpretazione delle mode¹: l'attualità di Simmel

di Liana M. Daher

La moda/e come fenomeno collettivo e sociale

La moda è un fenomeno sociale complesso, denso di ambivalenze e di contraddizioni; specchio dell'irrequietezza sociale, ma nello stesso tempo ambito di costruzione delle identità sociali. I rituali della moda delineano, infatti, le identità dei giovani e danno conferma alle immagini sociali degli adulti: le mode possono essere oggi considerate uno dei tramite per lo studio delle interazioni umane nella società contemporanea.

Sono diverse le dimensioni attraverso cui è possibile studiare tale forma di comportamento collettivo che, da un lato, si presenta principalmente come *fenomeno collettivo di aggregato*² e, dall'altro, scaturisce da un complesso sistema economico-organizzativo che condiziona la nascita ed il declino di ogni moda, influenzando pure alcune dinamiche sociali finanche il processo di costruzione delle identità dei soggetti coinvolti.

È, infatti, importante sottolineare il fondamentale nesso tra mode e costruzione dell'identità, personale e sociale, che si concreta in almeno due dimensioni di analisi: la prima legata all'origine *subculturale* delle mode, la seconda inerente alla funzione che *l'essere alla moda*, o al contrario il *non esserlo*, svolge nelle fasi di adattamento della propria immagine sociale, cioè al ruolo di supporto che tale *esperienza* acquista nel processo identitario.

Le mode non scaturiscono, infatti, nella società contemporanea, unicamente dal suddetto sistema che condiziona e costruisce gli stili, costosissimi e riservati ad una ristretta élite di consumatori o più economici ed accessibili a tutti, il cui nesso dinamico in un certo senso confermerebbe, come vedremo più avanti, la teoria simmeliana del "gocciolamento"³, ma originano pure dai cosiddetti "stili di strada" giovanili, constatazione che invece falsifica il suddetto modello.

Seguire le mode è pure un'esigenza psico-sociale spesso necessaria alla nostra crescita e trasformazione identitaria, un bisogno immateriale che ci aiuta a costruire la nostra immagine sociale, conformandoci o differenziandoci dagli altri. È possibile, infatti, rilevare, come in parte fa anche Curcio⁴, che attraverso

¹ Si è preferito utilizzare il termine al plurale, poiché si ritiene, come fanno ormai gran parte degli specialisti, che la varietà di stili e di consumi, diffusi nei diversi contesti sociali, non possano essere riassunti in un'unica tendenza.

² Cfr. ALBERONI F., *Sociologia del comportamento collettivo*, in AA.VV., *Questioni di sociologia*, La scuola, Brescia 1966; ID., *Stati nascenti*, Il Mulino, Bologna 1968, pp. 55-84; ID., *Movimento e istituzione*, Il Mulino, Bologna 1981², pp. 31-36; ID., *Genesi*, Garzanti, Milano 1989, pp. 34-38.

³ L'ampia divulgazione di una moda tra i diversi strati sociali originerebbe, in questo caso, da un bisogno d'imitazione del prodotto pubblicizzato o utilizzato da un personaggio famoso.

⁴ Cfr. CURCIO A. M., *La moda: identità negata*, Angeli, Milano 1993, p. 62.

molteplici contraddizioni e nella sua innata condizione di transitorietà, la moda ha la funzione sociale di coadiuvare l'individuo nella sua ricerca di identità.

È però evidente che la soddisfazione al suddetto bisogno potrebbe rappresentare solo un momento del processo di costruzione dell'identità sociale, sia per gli adolescenti che in età adulta, ma risulta particolarmente utile ai fini di un riesame dell'utilità delle categorie dell'ambivalenza e della differenziazione, nell'originaria concettualizzazione simmeliana, per gli studi contemporanei delle mode.

È, infatti, evidente che l'identità dell'uomo si basa oggi sempre più su appartenenze e simboli condivisi, e che tali simboli, insieme alla pratica di comportamenti ed abitudini specifiche, indicano relazioni stabili con determinati gruppi sociali. In una società fondata in buona parte sull'esteriorità è infatti aumentato in maniera esponenziale un vero e proprio bisogno⁵, da parte degli individui, di consumo simbolico. Ma tale consumo non è sempre vissuto in maniera lineare dall'uomo concretandosi spesso in comportamenti ambivalenti ed improntati sul binomio imitazione-differenziazione.

Un'osservazione della moda come rituale attraverso cui si costruisce l'identità personale e sociale non è però l'unico contesto in cui il tema dei contrasti e delle antinomie simmeliane si esplicita. Se, infatti, leggiamo la moda come comportamento collettivo connesso ad importanti processi di mutamento sociale, se ne rileva la sua sostanziale transitorietà e le connaturate ambivalenze che questa comporta. La fondamentale mutevolezza della moda, come vedremo pure nelle prossime pagine, se da un lato è tipica di quelli che abbiamo definito fenomeni di aggregato ed i loro possibili effetti perversi, dall'altro condiziona ogni possibile osservazione della realtà sociale contemporanea.

Alcuni fondamentali *a priori*

Sulla definizione della moda, oltre a Simmel, numerosi autori classici e contemporanei si sono specificatamente cimentati⁶. Il risultato dell'intenso dibattito è che al fenomeno vengono attribuite una serie di caratteristiche non sempre imputabili ad uno stesso evento sociale. Come già in parte evidenziato, la moda si presenta, infatti, come un oggetto di studio dalle innumerevoli sfaccettature. Tenteremo dunque di delinearne alcune con il supporto della teoria

⁵ Un "non-bisogno sociale", come lo definisce Cietta, poiché non riguarda certo necessità primarie (cfr. CIETTA E., *La moda: le cifre del cambiamento*, in Giancola A. (a cura di), *La moda nel consumo giovanile. Strategie & immaginari di fine millennio*, Franco Angeli, Milano 1999, p. 76).

⁶ A tal fine preferiamo indicare alcune interessanti sintesi quali quella di RAGONE G., *Modelli di consumo e struttura sociale*, Giannini, Napoli 1968, cap. 3; ID., (a cura di), *Sociologia dei fenomeni moda*, Milano, Angeli, 1983; CURCIO A. M., *La moda...*, cit., pp. 19-35; ID., (a cura di), *La dea delle apparenze. Conversazioni sulla moda*, Milano, Angeli, 2000; SEGRE REINACH S., *La moda. Un'introduzione*, Laterza, Roma-Bari 2005, cap. 2; KAWAMURA Y., *Fashion-ology. An Introduction to Fashion Studies*, Berg, Oxford and New York 2005; tr. it. *La moda*, Il Mulino, Bologna 2006, cap. 1.

simmeliana, attraverso lo specifico saggio del 1905⁷, e con l'ausilio anche di altre opere, in particolare di *Sociologia*, di cui si celebra il centenario, dopo aver esplicitato alcune considerazioni preliminari.

In primo luogo, va aprioristicamente rilevato che la teoria sulla moda di Simmel si inserisce in una nuova concezione teorica della società. Così come già sosteneva Abel⁸, la sua sociologia dà il via alla sociologia moderna, e per quanto tale affermazione possa essere criticabile da posizioni di stampo positivista o funzionalistico⁹, è innegabile come almeno due opzioni proposte dal sociologo tedesco permangano ancora all'interno di prospettive ed approcci contemporanei. Nello specifico ci riferiamo:

1. al modello di società come complesso di interrelazioni e reciprocità;
2. all'idea di società determinata dai suoi membri, ma che allo stesso tempo li determina.

La società non è, infatti, una realtà autonoma ma esprime la condizione esistenziale dell'*associazione*: solidali o in conflitto, gli individui in società sono sempre *in relazione* ed *in situazione*. Simmel, infatti, non intende studiare i contenuti della società ma le *forme* del loro *costituirsi in società*. Per lui la sociologia risponde ad interrogativi del tipo: che cosa accade tra gli individui? Quali regole governano il loro agire individuale e reciproco? Non è, in questo senso, la società l'oggetto primario da analizzare ma la forma delle interazioni umane che la costituiscono, e la moda è una di queste.

È evidente che gli apporti della teoria di Simmel alla sociologia contemporanea non si estinguono nei due suddetti elementi, ma è pur vero che tale peculiare visione della società, delle interrelazioni tra gli uomini e della relazione tra individui e società, risulterà importante all'interno del nostro ragionamento.

⁷ Come indicato da Perucchi, al saggio *Die Mode* del 1911, pubblicato nel volume *Philosophische Kultur*, di cui utilizziamo la traduzione, precedono due redazioni, la prima del 1905 (*Zur Psychologie der Mode. Soziologische Studie*) in forma ristretta, ma essenziale rispetto ai temi principali, la seconda del 1905 dal titolo *Philosophie der Mode*; tra queste due ultime versioni le differenze sono pressoché inesistenti, di conseguenza preferiamo fornire in bibliografia i riferimenti relativi alla seconda edizione al fine di garantire, all'interno dell'esposizione, la precisa successione temporale delle opere dell'autore e dunque fornire una progressione del suo pensiero corrispondente alla realtà. Ne approfittiamo inoltre per segnalare che tutte le citazioni seguite da un numero tra parentesi si riferiscono a passi tratti dal suddetto saggio (cfr. PERUCCHI L., *Simmel e la moda*, in Simmel G. *La moda*, SE, Milano 1996, pp. 73-74).

⁸ Cfr. ABEL T., *The Contribution of Georg Simmel: A Reappraisal*, in «American Sociological Review», 4 (1959).

⁹ Come evidenzia Jedlowsky e come si può evincere agevolmente dalla lettura di *La struttura dell'azione sociale*, Parsons contribuì in maniera determinante a rendere periferico ed insignificante l'apporto teorico di Simmel. La riscoperta della rilevanza delle sue opere per la sociologia americana si avrà intorno agli anni Sessanta-Settanta soprattutto, ma non esclusivamente, per l'impegno di T. Abel e D. N. Levine (cfr. JEDLOSKY P., *Il mondo in questione. Introduzione del pensiero sociologico*, Carocci, Roma 1998, p. 117; PARSONS T., *The Structure of Social Action*, McGraw-Hill, New York 1937; tr. it. *La struttura dell'azione sociale*, Il Mulino, Bologna 1962).

Va poi ricordato che il saggio sulla moda si situa tra le critiche di Simmel alla modernità. Come rileva, infatti, Dal Lago¹⁰, uno dei presupposti principali al suo discorso è la scena metropolitana. Qualità quali la “fugacità” e la “superficialità dell’interazione” o il “fascino dell’attimo”, utilizzate dall’autore tedesco per la descrizione della vita urbana, sono appunto rintracciabili nella moda. Con la moda viene sottolineata la repentinità della vita moderna. La sostanziale antinomia tra essere e divenire, la transitorietà insita nelle scene metropolitane viene resa manifesta attraverso la moda, che della società moderna è una delle rappresentazioni. È nella modernità che la moda si definisce attraverso i confini fluidi della reciprocità.¹¹

Il forte nesso tra moda e cambiamento sociale permane ancora nelle definizioni di sociologi contemporanei¹², non è dunque possibile trascurare come Simmel, già alle soglie del 1900, ne forniva un’immagine di estrema variabilità, una funzione di *testimonial* dell’attualità definendola «contemporaneamente essere e non essere» e collocandola «sullo spartiacque fra passato e futuro» (28).

La moda è, a suo dire, innovazione ma allo stesso tempo caducità. Anticipando così una delle principali antinomie¹³ attraverso cui oggi, in misura sempre maggiore, il fenomeno si rappresenta in una società consumistica.

Ed è appunto il tema delle antinomie che è nostra intenzione rilevare all’interno di questa breve dissertazione. È nostro parere che le questioni di fondamentale utilità per le moderne interpretazioni dei fenomeni modali siano racchiuse nella categoria dell’ambivalenza, motore principale delle argomentazioni simmeliane, e che questa possa rilevarsi dunque particolarmente fruttuosa negli studi sociologici contemporanei sulla moda/e, supportata però dalla categoria della differenziazione e dalla sua antitesi.

Il tema dei contrasti e delle ambivalenze

Il tema delle ambivalenze è, come appena rilevato, centrale nella sociologia di Simmel. Il suo è, infatti, un metodo dialettico¹⁴: la realtà si costruisce attraverso una rete di tensioni, all’interno delle quali il rapporto tra individuo e società appare fondato sia su fattori di coesione che di disgregazione. Quello che il

¹⁰ Cfr. DAL LAGO A., *Il conflitto della modernità. Il pensiero di Georg Simmel*, il Mulino, Bologna 1990, p. 119.

¹¹ Cfr. VOZZA M., *I confini fluidi della reciprocità. Saggio su Simmel*, Mimesis, Milano 2002.

¹² Cfr. GALLINO L., *Dizionario di Sociologia*, Utet, Torino 1978, ora Tea, Milano 1993, p. 437; ALBERONI F., *Italia in trasformazione*, Il Mulino, Bologna 1976, p. 128.

¹³ Riferendosi alle ambivalenze intrinseche, ma pure alla sua estrema mutevolezza, la moda si presenta, rilevano sia Frisby che Dal Lago, come «movimento del *tempo sociale* del moderno» (cfr. FRISBY D., *Fragments of Modernity. Theories of Modernity in the Work of Simmel, Kracauer and Benjamin*, Polity Press, Cambridge 1985; tr. it. *Frammenti di modernità. Simmel, Kracauer, Benjamin* il Mulino, Bologna 1992, p. 124; DAL LAGO A., *Il conflitto...*, cit., pp.120-121).

¹⁴ Cfr. COSER L. A., *Master of Sociological Thought*, Harcourt Brace Jovanovich, New York 1971; tr. it. *I maestri del pensiero sociologico*, Il Mulino, Bologna 1997², pp. 225-228.

*sociologo*¹⁵ mira a mettere in evidenza, è infatti, l'interconnessione dinamica ed i conflitti sempre presenti tra le diverse unità sociali.

L'ambivalenza delle relazioni sociali si esplicita nella constatazione che ogni rapporto sociale implica sempre armonia e conflitto, attrazione e repulsione, amore e odio, come ben scaturisce dalla sua argomentazione su *Il contrasto*¹⁶: non esiste alcun gruppo interamente armonico poiché conflitto e consenso sono entrambe forze positive che determinano i processi vitali e di mutamento. Ed è proprio con una premessa sulle tendenze antagonistiche nella vita sociale che si apre lo scritto sulla moda, quasi a volerne indicare *aprioristicamente* l'essenza fondamentale, in quanto *forma di vita sociale* e di relazione (11).

Di fatto, se le ambivalenze rintracciabili tra le pieghe del fenomeno sono numerose, fondamentali ed attuali sono quelle affrontate diffusamente in *Die Mode*. Imitazione e differenziazione, identificazione con il gruppo (costruzione dell'identità collettiva) e distinzione da questo (costruzione dell'identità personale) o, più genericamente, individuale e collettivo, sono opposizioni che ci prospettano un oggetto di studio dalle infinite polarità, tipiche della modernità simmeliana, ma non distanti dalla complessità della società contemporanea. Se è vero, infatti, che le sue opere si edificano sugli albori della modernità, il pensiero di Simmel regge il confronto con i mutamenti societari nella misura in cui, come rileva Abruzzese¹⁷, il moderno sopravvive all'interno del clima post-moderno e post-metropolitano del contemporaneo.

La moda, se la osserviamo dal punto di vista dell'attore sociale, è ancora oggi un comportamento che vincola all'obbedienza di determinate norme condivise ma è, allo stesso tempo, una forma di distinzione. Per tali ragioni, come si è precedentemente detto, essa va interpretata quale fenomeno complesso, dalle molteplici ed intrinseche sfaccettature, che può essere osservato da numerose angolature ed in contesti diversi.

Le complesse dimensioni della moda sono rilevate dal nostro autore in modo preciso, esaminandone i contrasti ed evidenziandone i dettagli. Niente nella trattazione simmeliana sembra lasciato al caso: dall'immagine di un individuo che costruisce la sua personalità sulla base di segni esteriori alla visione della moda come sistema di mercato, dalla moda come espressione di appartenenza sociale alla moda come fenomeno risultante dall'aggregazione di azioni individuali, tale oggetto di studio è infatti analizzato da Simmel sia attraverso le azioni degli individui che lo compongono che dal punto di vista dell'osservatore esterno e,

¹⁵ Utilizziamo il corsivo perché, com'è noto, la produzione simmeliana è vasta e frammentata, tanto da consentire agli avversari di rivolgere all'autore l'accusa di vagabondaggio. La sociologia moderna tiene in gran conto il suo apporto, ma a causa delle creazioni dalle infinite sfaccettature disciplinari, che spaziano dalla sociologia alla filosofia passando pure per argomenti storici, spesso egli è spesso designato come *filosofo sociale* (cfr. RELLA F., *Limina. Il pensiero e le cose*, Feltrinelli, Milano1987, p. 144).

¹⁶ In SIMMEL G., *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*, Duncker & Humblot, Berlin1908; tr. it. *Sociologia*, Edizioni di Comunità, Torino 1998², pp. 213-289.

¹⁷ ABRUZZESE A., *La moda: Simmel 1905-1999*, in Curcio A. M., (a cura di), *La dea delle ...*, cit., p. 63.

dunque, come *forma* dove «correnti opposte della vita da parte di finalità sociali ed individuali»¹⁸ vengono oggettivate.

Le opposizioni sono, di conseguenza, forze contrapposte che delincono il fenomeno ma simultaneamente ne demoliscono i contorni, per poi ricostruirli attraverso il divenire della vita sociale. Il contrasto è *energia* per le *associazioni* tra individui che si costituiscono in società; anzi è esso stesso *associazione*¹⁹. Ed è all'interno delle attività giovanili dell'autore che vanno rintracciate le fondamenta di queste riflessioni. Nel volume su *La differenziazione sociale* Simmel introduce, infatti, ogni ambivalenza che poi riscontreremo nella moda facendo, di tanto in tanto, riferimento pure agli stessi fenomeni modali.

Per necessità di sintesi, ci limiteremo ad analizzare solo due tra le principali ambivalenze della moda²⁰, come descritta da Simmel, quella tra imitazione e distinzione e quella tra individuale e collettivo, peraltro già in parte esplicitate.

Il primo contrasto, tra imitazione e distinzione²¹, è espresso dall'autore in maniera assolutamente trasparente: da un lato l'individuo «si libera dal tormento della scelta» per aderire a quelle del gruppo, dall'altro la differenziazione individuale è un momento in cui questo cerca di «distinguersi dalla generalità». La moda, in questo senso, sarà una forma di vita attraverso la quale «la tendenza all'eguaglianza sociale e quella alla differenziazione individuale e alla variazione si congiungono in un fare unitario» (13-15).

Questo è il tema principale che chi affronta lo studio del fenomeno moda oggi, non dimentica mai di esplicitare²², insieme a quello della moda come “prodotto della divisione in classi”²³, che da esso scaturisce.

Tali argomentazioni sono senza dubbio centrali ma vanno, a nostro parere, esaminate suggerendo ulteriori dettagli ed interconnessioni.

Se è vero, come esplicheremo pure nelle conclusioni, che il meccanismo di imitazione/distinzione può ancora rappresentare un modello interpretativo delle interrelazioni nella società contemporanea, lo stesso non si può dire per quanto riguarda la dipendenza imitativa tra classe inferiore e superiore. Se agli albori della modernità, dove si cominciava solo ad intravedere quella che oggi definiremo società di massa, rimaneva ancora il riferimento alla “classe più elevata”, come la definiva Simmel, a causa dei numerosi mutamenti sociali, culturali e tecnologici si assiste oggi ad un livellamento sociale impensabile ai tempi dell'autore, sebbene la funzione di “delimitazione sociale” della moda ancora permanga.

La moda continua, infatti, a presiedere in parte, all'interno di relazioni sociali basate sull'apparenza, i processi d'inclusione ed esclusione sociale,

¹⁸ PERUCCHI L., *Simmel e ...*, cit., p. 75.

¹⁹ SIMMEL G., *Soziologie...*, cit., p. 213.

²⁰ Sebbene dalla lettura del *pamphlet*, come già in parte esplicitato, ne emergano parecchie altre.

²¹ Tale ambivalenza veniva già rilevata dall'autore nel lavoro del 1890 (cfr. SIMMEL G., *Über soziale Differenzierung. Soziologische und psychologische Untersuchungen*, Dunker & Humblot, Leipzig 1890; tr. it. *La differenziazione sociale*, Laterza, Roma-Bari 1997³, pp. 100-101).

²² Facciamo riferimento a tutti quei volumi specifici indicati nella nota 4, ma anche ad altri.

²³ Pervenendo così al modello *trickle down*, anche come esempio della riduzione della distanza tra le classi sociali e come peculiarità della società industriale.

rappresentando, come suggeriva Simmel, il simbolo di appartenenza ad una cerchia sociale e non ad un'altra. Citando l'autore, la moda avrebbe la «doppia funzione di comprendere in sé una cerchia e nello stesso tempo di separarla dalle altre» (16). All'interno di tali cerchie il meccanismo posto in essere sarebbe quello dell'imitazione, al fine di raggiungere una similitudine tra i suoi componenti ed una differenziazione rispetto a coloro che non sono invece parte del gruppo. In questo senso, l'imitazione viene osservata come linea relazionale orizzontale e non verticale, come nel modello *trickle down*.²⁴

Un ulteriore spunto di interpretazione del binomio oppositivo imitazione-distinzione ci viene riproposto poi in *Forme e giochi di società*²⁵, dove nell'evidenziare come l'uguaglianza non sia meno importante della differenza nell'evoluzione interiore ed esteriore della cultura umana, l'autore sottolinea come la differenza sia di fondamentale importanza per quanto riguarda la sfera individuale del soggetto, per soddisfare il suo bisogno di collocarsi nella giusta posizione rispetto agli "altri".

Tali affermazioni possono di certo essere applicate all'interpretazione della moda con un unico distinguo, che deriva dalla risposta alla domanda: chi sono quelli che vengono denotati come *altri*? Nello specifico, ed in base alle nostre argomentazioni, gli *altri* sarebbero coloro che non appartengono alla nostra cerchia sociale. Si perverrebbe così a quella che Dal Lago²⁶, nell'*Introduzione* alla suddetta opera, chiama *soggettività differenziale*.

Ma ciò che risulta fondamentale è che la moda si edifica sulla convergenza tra il bisogno di sentirsi parte della collettività ed il bisogno di distinguersene, tanto da condurre Simmel a sostenere che venendo a mancare una delle due tendenze sociali tale fenomeno tenderà ad estinguersi (22); e la quotidianità di tale affermazione può essere rintracciata proprio nei bisogni di conformità che l'uomo esprime all'interno della società contemporanea, non soltanto nella fase adolescenziale, ma pure nella sua vita adulta. La ricerca di simboli di appartenenza che gli conferiscono un'immagine sociale immediatamente percepibile si scontra infatti, ancor oggi, quotidianamente con una ricerca dell'originalità a tutti i costi.

Il suddetto contrasto ci invita a sciogliere il nodo della seconda ambivalenza, inerente al rapporto tra individuo e collettività, e dunque all'antinomia tra sociale ed individuale, delineata in molteplici discorsi, parti integranti dell'opera simmeliana del 1890, ed, in parte, ribadita sia in *Sociologia* che nel lavoro del 1917.

È evidente quanto tale relazione sia fondamentale nelle trattazioni di Simmel e come sia, di fatto, esaminata attraverso diverse sfaccettature: dall'importanza

²⁴ Non dimenticando inoltre che, come già accennato precedentemente, è possibile pure ipotizzare un totale rovesciamento di tale modello interpretativo se consideriamo casi, come quello degli "stili di strada", in cui la tendenza ha origini sub-culturali e proviene dunque, rispetto ad una stratificazione su basi economiche, dal basso.

²⁵ Cfr. SIMMEL G., *Grundfragen der Soziologie (Individuum und Gesellschaft)*, Göschen, Berlin 1917; tr. it. *Forme e giochi di società*, Feltrinelli, Milano 1983, pp. 64-65.

²⁶ Cfr. DAL LAGO A., "Introduzione" a Simmel G., *Forme e ...*, cit., p. 16.

dell'associazione e del gruppo per il raggiungimento degli obiettivi comuni²⁷ al gioco tra primato dell'individuo e primato della collettività²⁸ o, ancora, nella diversificazione per livello tra massa ed individuo, pur distinguendo al suo interno gli individui stessi per «il grado di raffinatezza e differenziazione di un contenuto psichico»²⁹. Data la preponderanza della tematica cercheremo comunque di focalizzarci sugli aspetti relativi alla moda che emergono dalle suddette opposizioni.

Nella moda, dice l'autore, l'individuo è trasportato da un lato da «una collettività che fa le stesse cose», dall'altro da «un'altra che aspira alle stesse mete» (30). Approfondendo tale relazione esplicitata nel saggio del 1905, anche attraverso spunti provenienti da altri lavori, è possibile trarre una serie di considerazioni rilevanti su tale fondamentale opposizione e, prioritariamente, sulla relazione psicologica tra individuo e collettività.

Il fatto che ad una maggiore differenziazione sociale corrisponda una minore differenziazione personale è un tema ampiamente discusso ne *La differenziazione sociale*³⁰, tale gioco sembra riprodursi in ogni ambito del sociale. In concreto, il soggetto risulta del tutto coinvolto in quella sorta di moto perpetuo che, per l'autore, è la vita sociale. L'individuo si trova ad agire tra due forze contrapposte, una tendente alla distinzione e l'altra tendente all'eguaglianza, tanto da condurre Simmel ad ipotizzare l'esistenza di un «rapporto quantitativo fra l'impulso all'individualizzazione e quello a confondersi nella collettività» (37).

È chiaro che la misura del coinvolgimento nel sociale dipenderà pure dalle determinazioni psicologiche del soggetto. Il debole è, infatti, colui che più di tutti tende a farsi proteggere dalla collettività, come esemplifica Simmel in più di una pagina dello specifico saggio (37, 45).

Ma questo è solo un caso limite tra quelli presentati dall'autore. Il rapporto tra individualità e collettività nella moda porta a ben altre conclusioni circa le peculiarità del fenomeno stesso, all'interno delle quali l'individuo rimane illeso nella sua libertà interiore dato che i comportamenti modali (45-47) appartengono all'esteriorità. La moda, come descritta da Simmel e come si è già rilevato (47), permette all'individuo di conformarsi alla massa senza per questo perdere la sua libertà. Fornendo schemi di appartenenza collettiva, da un lato, e consentendo all'individuo una certa libertà interiore, dall'altro, la moda rappresenterebbe, in un certo senso, la consacrazione dell'individualità nella fusione con la collettività. Come evidenzia lo stesso autore, «la moda ha la proprietà di rendere possibile un'obbedienza sociale che è nello stesso tempo differenziazione individuale». (32) Da tale constatazione emerge spontaneo un interrogativo: se la moda rimane nel dominio dell'esteriorità, in che senso è possibile ancora oggi affermare che rappresenta un rituale attraverso cui la nostra identità sociale si compone? Una risposta a tale quesito va certamente rintracciata nel legame tra immagine esteriore ed identità sociale.

²⁷ SIMMEL G., *Soziologie...*, cit., p. 71.

²⁸ SIMMEL G., *Über soziale Differenzierung...*, cit., pp. 59-66.

²⁹ SIMMEL G., *Grundfragen der...*, cit., pp. 62-63.

³⁰ SIMMEL G., *Über soziale Differenzierung...*, cit., pp. 59-66.

Se combiniamo le ambivalenze esplicitate da Simmel nel ragionamento sulla moda, sebbene non sempre trasparenti, con quelle relative alla trasformazione identitaria, esse non appaiono così evidenti, ma necessitano, come sostiene anche Davis³¹, di continui compromessi ed aggiustamenti. Anche la costruzione dell'identità, così come la moda, è un processo che si modifica incessantemente. In questo senso l'individuo può costruire e ricostruire la sua immagine sociale attraverso i simboli che le mode gli forniscono periodicamente. Tale immagine potrà, in misura più o meno rilevante, influenzare la sua identità ed il suo equilibrio psico-fisico, ma è chiaro che, e qui dobbiamo riferirci ancora una volta al nostro autore, tale processo interiore sarà indipendente dai condizionamenti relativi alla moda, con un unico distinguo la già citata categoria dei *deboli*.

Conclusioni

Da quanto detto si evince, in maniera abbastanza netta, quanto le categorie dell'ambivalenza e della differenziazione siano fondamentali in tutta la teorizzazione simmeliana, così come appare sufficientemente evidente quanto tali principi peculiari possano essere utili in un'interpretazione delle mode nella società contemporanea.

È nostra intenzione, in queste brevi note conclusive, chiarire ulteriormente l'attualità del contributo dell'autore e la sua utilità per le attuali interpretazioni sociologiche della moda come processo sociale, fenomeno collettivo e *forma* di vita. Vogliamo però al tempo stesso evidenziare alcune trascuratezze interpretative, già in parte accennate all'interno di questa analisi.

Nello specifico, si è osservato che le interpretazioni sociologiche de *La moda* di Simmel spesso si soffermano in misura eccessiva sul meccanismo del *trickle down*, criticandolo o beatificandolo, ma trascurando di fatto altre connessioni significative che invece il breve saggio del 1905 proporrebbe al lettore. In particolare, lo ribadiamo, spesso si dimentica che il processo di imitazione, esplicitato da Simmel come produttivo delle mode, non si esplicita più solo in verticale ma pure in orizzontale, dunque nelle relazioni tra individui *socialmente* simili; così come talvolta si trascura che le mode emergono sovente da contesti sub-culturali e dunque dal basso.

Che la diffusione *trickle down* delle mode sia un modello sostanzialmente superato è già stato esplicitamente rilevato³², con l'unica eccezione della

³¹ Cfr. DAVIS F., *Fashion, Culture and Identity*, The University of Chicago Press, Chicago 1992, p. 27.

³² Dal saggio di Blumer del 1969 a lavori più recenti, come quello di Crane, è possibile rintracciare una serie di argomentazioni critiche che demoliscono, appunto, la possibilità di applicazione del modello alle dinamiche societarie contemporanee (cfr. BLUMER H., *Fashion: from Class Differentiation to Collective Selection*, in «The Sociological Quarterly», 3 (1969); CRANE D., *Fashion and Its Social Agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing*, University of Chicago Press, Chicago 2000; tr. it. *Questioni di moda. Classe, genere ed identità nell'abbigliamento*, Angeli, Milano 2004.

connessione imitativa tra produzione di lusso e produzione su scala industriale. Tale nesso va situato all'interno della visione della moda come sistema economico ed organizzativo³³, di particolare rilievo nella società contemporanea. Sebbene i relativi consumi assumano, ad un altro livello, valore simbolico di appartenenza dell'individuo, se non ad un ceto sociale almeno ad una classe economica. L'esprimersi della persona attraverso le mode apparirà, in questo senso, come un modo per mettere in atto quella particolare forma di *differenziazione individuale*³⁴, tipica delle relazioni metropolitane descritte da Simmel ma, come ribadiremo, ancora viva in quelle della società contemporanea. Esaurite tali constatazioni va però sottolineato, come si è fatto nella parte centrale di questo saggio, che nella sociologia di Simmel, così come rileva pure Calabrò³⁵ (1997: 40-45), l'ambivalenza è il *principio euristico*, il meccanismo fondamentale per la comprensione delle *associazioni* umane. Il gioco degli opposti è ribadito in tutti i suoi contributi, ma nella moda trova, a nostro parere, una delle sue massime espressioni.

È vero che Simmel, come sostiene pure Dal Lago³⁶, è un evidente *rompicapo*³⁷, ma è vero pure che i nodi della società contemporanea non sono, alla stessa stregua delle sue teorie, facili da districare. Il punto centrale delle analisi simmeliane è la concezione di una realtà talmente complessa, come evidenzia ancora una volta lo stesso Dal Lago³⁸, da non poter più essere dominata dall'individuo. In questo senso, la moda potrebbe essere pure intesa, come suggerisce Nedelmann³⁹, quale *processo autonomo*, poiché non dipende più dal gruppo sociale che l'ha generata, assume una vita propria, non sempre controllabile dagli attori sociali; diventando istituzione non necessiterebbe più delle pulsioni umane dell'imitazione e della differenziazione. Ma fino a che punto è possibile la sua autonomia?

Per rispondere a tale domanda è necessario fare cenno all'orientamento epistemologico dell'autore.⁴⁰ Sin dal volume su *La differenziazione sociale*, l'approccio che Simmel suggerisce, come rileva Vozza⁴¹, è un composto di *olismo* ed *atomismo analitico*. In talune asserzioni, egli sembra, infatti, trascurare la

³³ La preponderanza del sistema moda, come struttura organizzativa, emergeva già in diversi brani dell'opera di Simmel, anche quale meccanismo della modernità.

³⁴ Anche se la presunta "singolarità" scaturisce da tale *differenziarsi* deriva spesso da autoinganno.

³⁵ Cfr. CALABRÒ A. R., *L'ambivalenza come risorsa. La prospettiva sociologica*, Laterza, Roma-Bari 1997, pp. 40-45.

³⁶ Cfr. DAL LAGO A., *Simmel, nostro contemporaneo*, in «Rassegna italiana di sociologia», 4 (1989), p. 526.

³⁷ Il termine "rompicapo" è utilizzato, da un lato, per rilevare la frammentarietà dello stile dell'autore, dall'altro, per evidenziare la complessità antinomica del suo pensiero.

³⁸ Cfr. DAL LAGO A., "Introduzione" a ..., cit., p. 11.

³⁹ Cfr. NEDELMANN B., *Georg Simmel e la sua analisi dei processi autonomi: il carosello della moda*, in «Rassegna italiana di sociologia», 4 (1989).

⁴⁰ Tale riferimento ci consente di rilevare un'ulteriore trascuratezza, rintracciabile spesso nelle reinterpretazioni della moda di Simmel: la mancata connessione con altri suoi lavori significativi al fine di meglio comprendere alcune delle dinamiche esplicitate nel ragionamento del 1905. A tale carenza si è cercato, in parte, di rimediare nei passaggi interpretativi proposti in questo lavoro.

⁴¹ VOZZA M., *Introduzione a Simmel*, Laterza, Roma-Bari 2003, p. 12.

fondamentale premessa epistemologica secondo cui la società è un *complesso di interrelazioni e reciprocità*.⁴² Di fatto, nella nostra interpretazione, la ricorrente circolarità tra individuo e società nei processi vitali, laddove la società è data come composta da *associazioni*, e non certo come *attore ipostatizzato*, ci indica invece l'autore quale precursore delle moderne interpretazioni *meso*. Piuttosto che cristallizzarsi su uno dei due poli, scegliendo se fornire maggiore importanza agli individui o alla società, egli si focalizza, infatti, sulle interazioni e legge il rapporto tra i due poli del *continuum*, come si è detto, secondo uno schema circolare, che è pure processo dialettico, anticipando così il superamento del dibattito tra olismo ed individualismo metodologico. E tale superamento si risolve proprio nella centralità delle interazioni umane.

Che Simmel sia pioniere della sociologia moderna è indiscutibile, così come appare evidente, seppur nella sua densità compositiva, l'attualità del suo discorso sulla moda. La moda è azione, ma è pure sistema. L'individuo determina la moda, ma è allo stesso tempo determinato da essa. La moda è imitazione, ed in questo senso apparenza ed appartenenza, ma è anche originalità e dunque differenziazione dalla massa. La moda è processo autonomo ma, allo stesso tempo, nasce e si sviluppa dalle azioni degli individui, per rispondere al precedente quesito lasciato irrisolto.

Vogliamo, infine, dedicare ancora un brevissimo cenno alla questione della differenziazione. Se imitare è un prodotto di gruppo, distinguersene è un risultato individuale. È oggi evidente, solo attraverso una rapida osservazione della realtà sociale, come conformismo ed innovazione sopravvivano all'interno di una rinnovata⁴³ ambivalenza della vita sociale. È importante oggi essere uguali agli *altri*¹, ma diversi dagli *altri*², in un gioco di emulazione, delimitazione/esclusione sociale, costruzione della propria immagine e della propria identità personale e sociale.

Tali ambivalenze sono lo specchio di un'epoca e la differenziazione, *sociale* ed *individuale*, appare tra i meccanismi principali delle dinamiche sociali legate alle mode, anche se talvolta, col trascorrere del tempo ed all'interno del gioco delle interazioni, finisce per divenire conformismo. Le mode sono espressione dei tempi, diceva Simmel, ed in un secolo contrassegnato, come il nostro, dal consumismo, dalla suggestionabilità mediatica e dalla velocità delle trasformazioni sociali, la seguente asserzione ci sembra calzare a pennello:

quanto più è nervosa un'epoca, tanto più rapidamente cambieranno le sue mode, perché il bisogno di stimoli diversi, uno dei fattori essenziali di ogni moda, va di pari passo con l'indebolimento delle energie nervose. (24)

Dato che la nostra epoca ci appare *molto* nervosa, questo ci sembra uno dei migliori modi per palesare nuovamente l'attualità dell'interpretazione simmeliana.

⁴² Si veda a questo proposito SEGRE S., *Principi metodologici nella sociologia di Simmel*, Egea, Milano 1990, pp. 13-20.

⁴³ Ovviamente rispetto alla disquisizione simmeliana.

Riferimenti bibliografici

- ABEL T., *The Contribution of Georg Simmel: A Reappraisal*, in «American Sociological Review», 4 (1959), pp. 473-479.
- ABRUZZESE A., *La moda: Simmel 1905-1999*, in Curcio A. M., (a cura di), *La dea delle apparenze. Conversazioni sulla moda*, Milano, Angeli, 2000, pp. 53-66.
- ALBERONI F., *Sociologia del comportamento collettivo*, in AA.VV., *Questioni di sociologia*, La scuola, Brescia 1966.
- ID., *Statu nascenti*, Il Mulino, Bologna 1968.
- ID., *Italia in trasformazione*, Il Mulino, Bologna 1976.
- ID., *Movimento e istituzione*, Il Mulino, Bologna 1981².
- ID., *Genesi*, Garzanti, Milano 1989.
- BLUMER H., *Fashion: from Class Differentiation to Collective Selection*, in «The Sociological Quarterly», 3 (1969), pp. 275-291.
- CALABRÒ A. R., *L'ambivalenza come risorsa. La prospettiva sociologica*, Laterza, Roma-Bari 1997.
- CIETTA E., *La moda: le cifre del cambiamento*, in Giancola A. (a cura di), *La moda nel consumo giovanile. Strategie & immaginari di fine millennio*, Franco Angeli, Milano 1999, pp. 75-96.
- COSER L. A., *Master of Sociological Thought*, Harcourt Brace Jovanovich, New York 1971; tr. it. *I maestri del pensiero sociologico*, Il Mulino, Bologna 1997².
- CRANE D., *Fashion and Its Social Agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing*, University of Chicago Press, Chicago 2000; tr. it. *Questioni di moda. Classe, genere ed identità nell'abbigliamento*, Angeli, Milano 2004.
- CURCIO A. M., *La moda: identità negata*, Angeli, Milano 1993.
- ID., (a cura di), *La dea delle apparenze. Conversazioni sulla moda*, Milano, Angeli, 2000.
- DAL LAGO A., "Introduzione" a Simmel G., *Forme e giochi di società*, Feltrinelli, Milano 1983, pp. 9-29.
- ID., *Simmel, nostro contemporaneo*, in «Rassegna italiana di sociologia», 4 (1989), pp. 525-550.
- ID., *Il conflitto della modernità. Il pensiero di Georg Simmel*, il Mulino, Bologna 1990.
- DAVIS F., *Fashion, Culture and Identity*, The University of Chicago Press, Chicago 1992.
- FRISBY D., *Fragments of Modernity. Theories of Modernity in the Work of Simmel, Kracauer and Benjamin*, Polity Press, Cambridge 1985; tr. it. *Frammenti di modernità. Simmel, Kracauer, Benjamin* il Mulino, Bologna 1992.
- GALLINO L., *Dizionario di Sociologia*, Utet, Torino 1978; ora Tea, Milano 1993.
- JEDLOSKY P., *Il mondo in questione. Introduzione del pensiero sociologico*, Carocci, Roma 1998.
- KAWAMURA Y., *Fashion-ology. An Introduction to Fashion Studies*, Berg, Oxford and New York 2005; tr. it. *La moda*, Il Mulino, Bologna 2006.

- NEDELMANN B., *Georg Simmel e la sua analisi dei processi autonomi: il carosello della moda*, in «Rassegna italiana di sociologia», 4 (1989), pp. 569-584.
- PARSONS T., *The Structure of Social Action*, McGraw-Hill, New York 1937; tr. it. *La struttura dell'azione sociale*, Il Mulino, Bologna.
- PERUCCHI L., *Simmel e la moda*, in Simmel G. *La moda*, SE, Milano 1996.
- RAGONE G., *Modelli di consumo e struttura sociale*, Giannini, Napoli 1968.
- ID., (a cura di), *Sociologia dei fenomeni moda*, Milano, Angeli, 1983
- RELLA F., *Limina. Il pensiero e le cose*, Feltrinelli, Milano 1987.
- SEGRE S., *Principi metodologici nella sociologia di Simmel*, Egea, Milano 1990.
- SEGRE REINACH S., *La moda. Un'introduzione*, Laterza, Roma-Bari 2005.
- SIMMEL G., *Über soziale Differenzierung. Soziologische und psychologische Untersuchungen*, Duncker & Humblot, Leipzig 1890; tr. it. *La differenziazione sociale*, Laterza, Roma-Bari 1997³.
- ID., *Philosophie der Mode*, Pan, Berlin 1905; tr. it. *La moda*, SE, Milano 1996.
- ID., *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*, Duncker & Humblot, Berlin 1908; tr. it. *Sociologia*, Edizioni di Comunità, Torino 1998².
- ID., *Grundfragen der Soziologie (Individuum und Gesellschaft)*, Göschen, Berlin 1917; tr. it. *Forme e giochi di società*, Feltrinelli, Milano 1983.
- VOZZA M., *I confini fluidi della reciprocità. Saggio su Simmel*, Mimesis, Milano 2002.
- ID., *Introduzione a Simmel*, Laterza, Roma-Bari 2003.