



Il sociologo francese Edgar Morin, nel suo saggio *L'Esprit du temps*, definisce la cultura «l'insieme delle credenze, dei riti, dei miti e dei simboli di una determinata collettività». Il concetto smette di comprendere soltanto romanzi classici, film d'essai e opere d'arte, ma va a inglobare anche fenomeni collettivi quali le tifoserie calcistiche, le partenze intelligenti, i centri commerciali, la musica dance, i multisala. La canonica distinzione tra cultura di massa e cultura elitaria rimbalza sul pavimento come un pallina elastica. La

*Divina Commedia*

è messa sul medesimo piano del

*Grande Fratello*

, la

*Grande Bellezza*

paragonata a un cinepanettone. È una coscienza che spiazza, ma che può anche fornire nuovi spunti sul reale.

Porre sullo stesso piano prodotti culturali tanto diversi non significa essere ciechi riguardo le loro differenze qualitative. Non si può liquidare la tv spazzatura come una boiata se ha un ruolo

così importante nella nostra società, bisogna invece analizzarla con obiettività, comprendere quali bisogni soddisfa e leggere tra le righe le domande a cui offre risposta. Se i sociologi rifiutano di dare valore culturale a fenomeni quali lo shopping compulsivo o la dipendenza dal web, tagliano fuori dagli studi una grossa porzione di realtà. Detto in parole povere, si comportano da snob. Chi ha la pretesa di comprendere e analizzare il mondo, però, deve essere onesto, ed essere onesti impone di dire la verità su di noi e sul mondo che ci circonda. Sguazzare nel fango non mi spaventa. E nemmeno essere politicamente scorretta. L'intento dichiarato è di offrire nuovi spunti di riflessione sulla realtà. Ogni riflessione conterrà l'esperienza personale e la volontà di rielaborare i fenomeni osservati. La capacità di interpretare il mondo è infatti l'unica qualità in grado di schiodarci dalla passività di un meccanismo stimolo-risposta che ci trasforma in scatole nere.

Il contesto socio-culturale esercita un potere immenso sulla strutturazione del sé. Ci illudiamo di essere

*liberi*

, ma siamo e sempre saremo il prodotto della nostra generazione. Ogni giorno riceviamo migliaia di stimoli ai quali reagiamo nell'ambito di schemi predefiniti e ben oliati. Questi stimoli con il passare del tempo plasmano la nostra identità sociale, ma che ne è di quella reale? Perché abbiamo permesso alla società di corromperci? Chi siamo veramente? Solo una visione omnicomprensiva della cultura può offrirci la risposta e può permetterci di fare un passo indietro, eliminare ogni sovrastruttura e ritrovare l'autenticità che ci hanno rubato.