

SUCCESSO ED INSUCCESSO IN UNA PROSPETTIVA SOCIO-PSICOLOGICA: UNA PROPOSTA INTERPRETATIVA

di Roberto Rovelli

Partendo dall'analisi del termine e del concetto di "successo", l'Autore sviluppa una proposta interpretativa della particolare torsione subita oggi dal significato di questo concetto, per ricavarne elementi diagnostici e di valutazione prospettica a proposito della sindrome del successo "a qualsiasi prezzo", ed alle trasformazioni del tipo prevalente di personalità nell'epoca della diffusione di massa della patologia narcisistica.

Il termine *successo* [dal latino *succēssu(m)*, "arrivo, buon esito, riuscita", derivato dal verbo *succēdere* "succedere"] è, in lingua italiana, un sostantivo maschile che, in senso generale, significa: "esito", "risultato"; e che, in senso specifico, assume la connotazione di "esito favorevole", "buona riuscita", "favore popolare", "riconoscimento pubblico", "ciò che ha ricevuto l'apprezzamento del pubblico"; e poi, per estensione, prende il significato di "vittoria in una competizione sportiva" (Zingarelli, 2010). Il concetto di successo, poiché il suo significato generale viene usualmente trascurato o addirittura ignorato, si è prestato, e tuttora si presta, a semplificazioni fuorvianti: per questa ragione viene di solito immediatamente (non mediatamente) ricondotto al suo significato specifico o a quello estensivo, e contrapposto *tout court* – in modo semplicistico, ma solo in apparenza "ingenuo" – al concetto di insuccesso o fallimento.

In realtà il successo, individuale o di gruppo che sia, non è mai totale, così come non è mai totale l'insuccesso o il fallimento. Il successo è sempre parziale e da riferirsi volta a volta *al singolo* ruolo sociale svolto e *non al complesso* dei ruoli sociali (familiari, gruppalì, professionali o associativi) svolti simultaneamente, o nel corso del tempo.

L'impegno speso per il successo in un particolare ruolo può condizionare le probabilità di successo in altri ruoli sociali; ma talvolta insuccessi conseguenti all'eccessivo peso attribuito ad una determinata meta possono convivere con successi parziali conseguiti in altri ambiti, o con insuccessi derivanti dal giustapporsi e dal vicendevole amplificarsi di processi di identificazione non riusciti e di processi imitativi compromessi in radice dalla presenza di modelli di

riferimento mai compiuta-mente accettati¹. Si può aver successo come coniuge e conoscere poi amari insuccessi come genitore, si può essere stati figli “ribelli” e poi diventare genitori “quasi perfetti” (Bettelheim, 1987), si può essere al contempo una *manager* efficiente e, pur con grande dolore e amarezza, una madre assente, si può essere un professionista affermato ed insieme un pessimo fratello, si può essere stati mediocri studenti e divenire poi imprenditori di successo, si può essere stati allievi “brillanti” e divenire poi ‘cattivi’, o addirittura pessimi, maestri.

Non esiste insomma, per ogni individuo o gruppo, un successo al singolare, ma esistono piuttosto tanti successi, una pluralità di successi, accompagnati da tanti insuccessi, una pluralità di insuccessi, che, componendosi poi come vettori in una risultante, concorrono insieme – talora bilanciandosi, talaltra no – a quantificare il successo ed a qualificare poi alla fine come “di successo”, o “non di successo”, un individuo o un gruppo.

E lo stesso inevitabile alternarsi, nel tempo della vita, di successi e di insuccessi contribuisce a rendere aleatoria, oltre che stereotipata, ogni definizione, e soprattutto ogni auto-definizione, di “uomo di successo” o di “donna di successo”. Cosa che molti di noi umani, con una tracotanza (ὕβρις) che davvero meriterebbe la vendetta divina (νέμεσις), tendiamo troppo spesso a dimenticare. Molto importante è poi anche il *timing* dei successi: a essere rilevante infatti non è solo il conseguimento dei successi, ma quando, e soprattutto in quale fase del ciclo di vita del soggetto, quel particolare successo viene conseguito, o non conseguito. Non a caso, nella Roma repubblicana, il concetto di *cursus honorum* fu costruito per dare ordine sequenziale e *disciplina* alle ambizioni dei giovani patrizi – distinguendo peraltro, e separando in modo molto netto, le loro ambizioni da quelle dei giovani plebei – fissando età canoniche diverse, e via via più elevate, per il conseguimento di uffici militari e civili sempre più complessi e onerosi, considerati, in quanto tali, antecedenti logici, prima ancora che semplicemente cronologici, dell’impegno politico al servizio della *Res publica*. Legato al concetto di *cursus honorum* è poi anche quello di carriera [dal latino (*via*) *cararia*, sentiero per carriaggi, derivato dal sostantivo maschile *carrus*, carro]. Il concetto stesso di “carriera” (letteralmente: muoversi lungo i solchi lasciati sul terreno da carri che hanno, nel tempo, preceduto il nostro) è stato il frutto della *costruzione sociale*, all’interno delle grandi organizzazioni – prima di quelle militari ed ecclesiastiche, e poi di quelle produttive e burocratico-amministrative – di un percorso tipo, fatto di “successi” (le “promozioni”) distanziati e cadenzati nel tempo, succedentisi con modalità e tempi certi; un percorso ascendente che è stato proposto, ma anche imposto, come una serie

¹ Va a questo proposito sottolineato che l’identificazione si riferisce sempre a uno dei poli di una relazione (ad es.: il polo infantile nella relazione genitore-figlio, ovvero il polo adulto nella relazione insegnante-allievo) e mai a un ruolo estrapolato *tout court* da una relazione, né tanto meno a una singola figura, per quanto significativa essa possa essere, o essere stata.

obbligata di tappe preparatorie al “successo”. Tappe utili – in tempi che noi consideriamo, anche se non lo sono, ormai molto lontani – per disciplinare sia gli spiriti bellicosi sia gli ardori mistici dei giovani dotati di carisma guerriero o religioso, ma utili – ancora fino a oggi – per vincolare al rispetto, alla fedeltà ed all’obbedienza nei confronti delle gerarchie burocratiche o del *management* industriale le coorti di soggetti che entrano a far parte delle grandi organizzazioni, prefigurando e preconstituendo modi e tempi certi della mobilità intragenerazionale o, appunto, di carriera.

La pluralità e la diversità delle mete di successo interiorizzate

Da questo punto di vista la pluralità delle mete interiorizzate – meglio forse sarebbe dire selezionate e fatte proprie – dai singoli individui, costituisce un potente fattore di stabilizzazione sociale poiché il successo in alcuni ambiti – il raggiungimento di alcune mete – può compensare, neutralizzandoli, gli effetti negativi dell’insuccesso – il mancato raggiungimento di altre mete – in altri e diversi ambiti. La pluralità delle mete interiorizzate costituisce però anche un potenziale elemento di destabilizzazione degli equilibri psicologici dell’individuo, nella misura in cui la diversità delle mete selezionate e fatte proprie da quel particolare soggetto può venire a comprendere obiettivi intrinsecamente contraddittori, o addirittura tra loro alternativi. Un esempio, molto conosciuto e facilmente constatabile, è quello concernente la possibile contraddittorietà delle mete perseguibili nell’ambito di ruoli primari (familiari) e di ruoli secondari (organizzativi) – la madre *manager* ricordata prima. Un altro esempio – divenuto ormai un classico nella letteratura sociologica – è quello relativo alla stridente contraddizione possibile tra mete culturalmente accettate e mezzi istituzionalizzati a disposizione dell’individuo per raggiungerle, contraddizione che talora dà luogo alla scelta di condotte innovative o devianti, talaltra alla scelta di condotte ritualiste (Merton, 1938, 1949, 1957), in ambedue i casi, comunque, conducendo all’anomia.

Allo stesso modo la pluralità e la diversità delle mete proposte, o fatte proprie, dai differenti gruppi sociali diminuiscono l’intensità e la drammaticità del conflitto tra gruppi, anche se lasciano aperta la porta a contrapposte velleità egemoniche sul piano dei principi e dei valori e se “consigliano” – ma nei fatti storicamente hanno finito con l’imporre – l’adozione di un equivalente universale che possa consentire di commisurare successi tra loro non comparabili.

Tale equivalente universale è, nella nostra società, il denaro, con il quale si rendono comparabili e si commisurano successi che altrimenti resterebbero non comparabili. Per questa via i molteplici, e diversi, tipi di successo teoricamente possibili finiscono con l’essere tutti astrattamente ricompresi sotto un’unica rubrica, quella del successo economico. In questo modo il denaro diventa, al tempo stesso, misura e indicatore del successo ottenuto: il che lascia però sostanzialmente irrisolto il problema dell’incomparabilità e dell’incommensurabilità di alcuni tipi di successo, sia tra di loro, sia con lo stesso successo economico.

Il denaro è *misura* poiché, come denaro guadagnato attraverso il lavoro, gli interessi, il profitto o la rendita, consente di collocare gli individui lungo un gradiente di redditi-patrimonio; ed è *indicatore* poiché come denaro speso – talvolta proprio per le modalità stesse con le quali è speso – consente di collocare gli individui lungo un gradiente di stili di vita e di prestigio sociale.

Tutto ciò però al prezzo di accrescere la conflittualità tra individui all'interno dei gruppi, in vista prima della conquista, e poi del mantenimento, di adeguati *standard* di “consumo vistoso”, giudicati, al pari degli *standard* di “spreco vistoso”, gli indicatori più validi e più attendibili della appartenenza alla classe superiore, oltre che una comoda scorciatoia nella competizione per innalzare il prestigio individuale (Veblen, 1899). Il possesso, e l'ostentazione, di beni e servizi la cui desiderabilità aumenta al diminuire della loro disponibilità ed all'aumentare del loro prezzo divengono per questa via l'oggetto reale della contesa quotidiana tra individui e tra gruppi (famiglie, classi sociali), oltre che gli *indicatori* per eccellenza del successo in quanto tale.

Il successo per i *media* e nella scuola

I *media*, con la loro magnificazione acritica del successo, e con i loro riflettori puntati esclusivamente sugli *status symbol*, su quelli che sono definiti “i simboli del successo”, sui consumi e sugli sprechi vistosi delle *élite* senza potere dello *sport* e soprattutto dello spettacolo (Alberoni, 1964), hanno contribuito in modo decisivo allo slittamento semantico del termine e del concetto di successo da noi messo più sopra in evidenza, spostando l'attenzione del pubblico dalle dinamiche e dalle tensioni reali che sottostanno (letteralmente: stanno sotto) al concetto di successo, ad un a-problematico e meno significativo derivato della visibilità e della celebrità.

È importante, a questo proposito, ricordare le parole di C. Lasch, «Notate la convergenza tra il successo negli affari e la celebrità in politica o nel mondo dello spettacolo, che dipende anch'essa dalla “visibilità” e dal “carisma”, e che può essere definita soltanto da se stessa. La unica importante caratteristica della celebrità è che essa viene celebrata; anche se nessuno ne sa dire il perché»². Successo e pubblico sembrano così divenire un binomio inscindibile: senza pubblico non si ha successo e senza successo non si ha (neppure diritto ad un) pubblico.

Il denaro e la celebrità impongono delle scorciatoie, impoverendo del loro significato le azioni necessarie allo stesso conseguimento degli obiettivi che ci si era proposti, o che ci si propone, equiparando tutto in uno sforzo senza senso per raggiungere, di più e più in fretta, obiettivi non propri. Per arricchirsi este-

² «Note the convergence between success in business and celebrity in politics or the world of entertainment, which also depends on 'visibility' and 'charisma' and can only be defined as itself. The only important attribute of celebrity is that it is celebrated; no one can say why» (Lasch 1979, p. 47, nota, trad. nostra).

riormente ci si impoverisce interiormente (smarrendo *in toto* il significato delle proprie azioni).

Eppure, ad approfondire meglio, il successo non sta solo nei riflettori che ti illuminano, o nelle telecamere che ti inquadrano; ovvero nel numero di elettori che ti votano, nelle unità di prodotto che vendi sul mercato, nel numero di lettori che leggono i tuoi libri, o di spettatori che scelgono di vedere il tuo programma; ovvero ancora nel numero di articoli e di libri che ti citano, di comitati scientifici che ti annoverano tra i propri componenti, o di annuari e di *roster* che riportano il tuo nome.

Il successo, nella “proposta interpretativa” che ci siamo qui sforzati di articolare, consiste piuttosto nel raggiungere le proprie mete, che sono poi quelle – ma non soltanto quelle – che si sono selezionate e interiorizzate, attraverso i lunghi e complessi processi di socializzazione conosciuti, ad opera delle generazioni precedenti, in famiglia, a scuola, in chiesa, sul luogo di lavoro e nelle associazioni professionali; e ad opera dei coetanei, nei gruppi dei pari dei quali si è fatto parte.

Il *need for achievement* (McClelland, 1953) non può essere compreso sino in fondo se non lo si situa al termine di un processo nel quale il *to achieve*, il “conseguire”, si sia proteso e dispiegato, e quindi anche oggettivato, verso un *goal*, “un risultato”, una meta – o, meglio ancora, come abbiamo visto, una pluralità di mete, una serie di *goal* – che costituiscono, nel loro insieme, anche contraddittorio, il significato stesso che abbiamo inteso imprimere nella, ed alla, nostra esistenza, costruendo la nostra identità.

Il successo è per definizione instabile e costitutivamente “parziale”: un successo “totale” o, al contrario, un insuccesso totale, non sono nemmeno concepibili, se non forse in casi-limite.

E i casi-limite tra i successi, quelli consistenti in un inarrestabile “succedersi di successi”, o quelli, ancora più eclatanti, consistenti in una molteplicità di “successi in quasi contemporanea”, vengono per l'appunto strettamente sorvegliati, e tenuti sotto scrutinio, dai *media*, sempre pronti a cogliere i segni di possibili *defaillance* e di imminenti ridimensionamenti. Mentre i casi-limite tra gli insuccessi vengono, sempre dai *media*, relegati *tout court* nella categoria della marginalità e, come tali, addirittura non trattati.

Rilevante ci sembra, a proposito dell'azione esercitata dai *media* sul proprio pubblico, sottolineare non tanto la presunta “umanizzazione” dei divi da essi operata, quanto, piuttosto, la “divinizzazione” dei (fin troppo umani) personaggi del mondo dello spettacolo e dello *sport* e la narrazione – irrealistica, ma non per questo meno convincente – relativa al miracoloso portato dei successi terreni di cotante celebrità.

Quella che potrebbe apparire la funzione democratica dei *media*: svelare al grande pubblico i segreti domestici e le difficoltà quotidiane delle *star* – in definitiva porre sotto i riflettori la *backstage* delle loro vite – si rivela come il suo esatto contrario, una funzione aristocratizzante, che pone in una dimensione di eccezionalità “eroica” la vita di questi esseri umani, per il resto tutt'altro che

eccezionali o eroici, esaltandone in maniera acritica il successo, e considerando quest'ultimo come un fenomeno del tutto in-condizionato e mai contraddittorio.

In questo modo il successo di pochi può riverberarsi e illuminare del suo “fulgore” la effettiva, o presunta, mediocrità delle esistenze di molti.

Ciò non toglie che una *defaillance*, o addirittura la caduta, di una stella dello *star system* possa soddisfare altre, e molto più “umane”, pulsioni del grande pubblico, facendo emergere sentimenti di invidia fino a quel momento auto-censurati o tenuti accuratamente nascosti, o addirittura scatenando pulsioni da “pollice verso”, un tempo caratteristiche solo degli spettacoli circensi o gladiatori, segno della natura profondamente ambigua, e non solo contraddittoria, dello stesso interesse del pubblico verso i propri beniamini.

È qui interessante sottolineare la misura più circoscritta, ma anche più realistica, con la quale la scuola riesce (o riusciva?) a trasmettere e a far interiorizzare in ambito scolastico il significato del termine e del concetto di successo; anche qui, e non a caso, finalizzato in senso moderno alla “promozione”, al passaggio alla classe scolastica successiva³. Ci sembra che l'interiorizzazione della cultura dell'*achievement*, della cultura dello sforzo finalizzato al raggiungimento della meta – la “cultura del compito” vorremmo chiamarla – sia (o fosse?) in senso proprio lo scopo principale ed insieme il tratto distintivo della cultura scolastica. Il tratto che maggiormente la rende(va) omogenea con la cultura della tradizione classica e umanistica e che maggiormente la differenzia(va) dalla cultura dell'immagine e del carisma spettacolare trasmessa oggi dai *media*.

Un tratto proprio di una “cultura” molto più difficile, oltre che estremamente più faticosa da interiorizzare, alla cui diffusione si sono dedicate, con passione e abnegazione, innumerevoli generazioni di docenti, impegnati a trasmettere ai loro alunni ed ai loro allievi non solo le cognizioni delle varie discipline, ma anche la volontà ed il piacere di impegnarsi nel processo di apprendimento, il desiderio di confrontarsi con le difficoltà, la forza di misurarsi con i propri stessi limiti.

Molto simile alla “cultura dell'autonomizzazione e dell'indipendenza” veicolata dalla famiglia, ma libera dai particolarismi connessi ai vincoli affettivi propri dell'educazione familiare, la “cultura del compito” trasmessa dalla scuola se ne differenzia(va) per almeno due tratti costitutivi, quello della “valutazione” e quello della “ricompensazione selettiva della prestazione valutata” (per entrambi i concetti, tutt'oggi molto illuminanti, si veda Parsons, 1959). Essi ne facevano qualcosa di completamente diverso, e di sicuramente caratterizzante, per un'agenzia, la scuola, che era sì di socializzazione, ma anche, se non princi-

³ La classe scolastica come noi la conosciamo, composta – tranne che per i “ripetenti” – esclusivamente da coetanei è una creazione sostanzialmente moderna. Fino al Seicento le classi scolastiche erano in sostanza delle vere e proprie pluriclassi, aventi al loro interno allievi con un'età tra i 7-8 anni e i 18 (Ariés, 1960).

palmente, di valutazione e di selezione ai fini del soddisfacimento della domanda di manodopera da parte del sotto-sistema economico.

Oggi il compito, storicamente caratteristico della scuola, di valutare le prestazioni e di ricompensare selettivamente la prestazione valutata è stato collocato in secondo piano, ed in qualche misura ridimensionato, mentre il compito di selezionare la futura manodopera, i quadri direttivi e i *manager* è stato esternalizzato ed assegnato, dalle stesse organizzazioni produttive e burocratiche, ad agenzie, private e pubbliche, di *manpower recruiting*, di *job placement* e di *head hunting*. Alla scuola resta, neppure indiscusso, ormai solo il mandato di socializzare, se non addirittura di meramente intrattenere, le giovani generazioni, un mandato che si interseca con quello, davvero molto più arduo, di colmare le lacune presenti nell'attività di socializzazione operata dalle famiglie⁴.

Lo stesso concetto di successo scolastico, che non solo è molto più ampio e comprensivo di quello di *performance*, ma che, in ambito pedagogico, ha senso solo se obbedisce ad un compito evolutivo, e se precede ed accompagna la crescita intellettuale e morale dell'allievo, ha perso ogni riferimento obiettivo. La maturazione complessiva dei giovani è passata in secondo piano, lasciando il successo scolastico basarsi spesso sull'età anagrafica dell'allievo, sulla regolarità della sua frequenza e sulla sua capacità di "socializzare"⁵.

Impossibilità (o incapace?), almeno nella maggior parte dei casi, a far conoscere e a far studiare la grammatica e la sintassi del linguaggio dei *media* ai propri allievi, come autorevolmente suggerito e proposto da Touraine (1997), la scuola si è accontentata – alternando formule magiche e riti propiziatori – di esorcizzare il "mostro diabolico" rappresentato dalla cultura dei *media*. E alla fine ne è stata parzialmente colonizzata.

Il successo è il successo

In questo quadro che, come abbiamo visto sopra, è caratterizzato sia dalla torsione semantica del termine e del concetto di successo, sia dalle complesse trasformazioni in atto all'interno delle diverse agenzie di socializzazione, nelle loro sfere di competenza e nei loro reciproci rapporti, ha assunto una particolare rilevanza, nelle società più sviluppate, il diffondersi, se non addirittura il dilagare incontrollato, della sindrome narcisistica.

⁴ Per un'analisi delle più ampie e complesse responsabilità degli insegnanti in una società caratterizzata dalla prevalenza delle personalità etero-dirette, si veda Riesman (1950).

⁵ Non si insisterà mai abbastanza sui guasti causati dalla volgarizzazione (ad opera della burocrazia ministeriale e della "vil razza dannata" dei giornalisti) del concetto di socializzazione. Il concetto sociologico di "socializzazione" (trasmissione consapevole e responsabile, dalle generazioni adulte alle generazioni più giovani, dei valori, dei modelli di comportamento e delle norme che costituiscono il patrimonio culturale di una nazione) si è indebolito in modo irreversibile a favore di una visione di impronta psicologista nella quale, piuttosto che essere socializzati, i giovani "socializzano", cioè in realtà "familiarizzano", tra di loro o con gli adulti che li "intrattengono", ne "sorvegliano" i comportamenti, ed eventualmente ne "sanzionano" le trasgressioni.

Una notizia giornalistica, pubblicata pochi mesi fa sui quotidiani di tutto il mondo segnalava addirittura che il DSM 5, la cui pubblicazione⁶ è attesa per la primavera del 2013, non avrebbe più contenuto la nosografia della patologia narcisistica, in quanto tale patologia, in ragione della sua enorme diffusione, non si sarebbe più configurata come tale. Il narcisismo, almeno secondo quanto riferito da quelle fonti, sarebbe nel tempo divenuto – e per via del DSM 5 sarebbe persino stato ufficialmente dichiarato – “normalità”.

In realtà quanto narrato dai *media* era, come purtroppo accade di frequente, una grossolana semplificazione e non corrispondeva a quanto era effettivamente accaduto. Come si è incaricato di precisare Otto Kernberg⁷, uno dei padri fondatori della moderna psicanalisi e psicologia clinica, il problema era stato sì posto in sede di redazione della nuova edizione del manuale, ma più come portato del conflitto tra psicologi clinici e psicologi sperimentali che non come conseguenza della presunta “normalità” del disturbo narcisistico, e soprattutto si era risolto con la decisione di mantenere questo quadro nosografico all'interno della imminente prossima edizione del DSM.

In effetti queste dispute tra specialisti – in questo caso tra neurobiologi radicali e psicologi clinici – sono talvolta legate ai rapporti (spesso molto prosaici...) che alcuni singoli professionisti intrattengono con le case farmaceutiche e, nella pur ragionevole soluzione che hanno in questo caso trovato, nascondono la sostanza del problema, che sta tutta nella qualità dell'azione che i fenomeni di ordine sociale esercitano su quelli di ordine psicologico e, successivamente, nella qualità della retro-azione che a loro volta questi ultimi esercitano nei confronti dei primi.

Non comprenderemmo però le effettive ragioni della attuale diffusione endemica del disturbo narcisistico di personalità se non ricordassimo che è stato l'“ambiente” a generare le condizioni che ne hanno favorito lo sviluppo. In specifico, l'“ambiente” costituito dalle grandi organizzazioni produttive e burocratiche e, più in generale, l'“ambiente” costituito da una formazione sociale che è stata a suo tempo descritta come la “società dello spettacolo” (Debord, 1967) – caratterizzata dalla riproduzione su larga scala dei prodotti culturali, e dalla proliferazione delle immagini televisive.

Il riferimento più immediato è qui ancora una volta al lavoro pionieristico di Lasch (1979) ed alla sua scoperta e divulgazione della trasformazione del tipo prevalente di patologia psichica dall'isteria al narcisismo. Rileggendo oggi

⁶ DSM è l'acronimo di *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*. Esso consiste in una “nosografia a-teorica assiale” dei disturbi mentali, definiti in base a quadri sintomatologici a loro volta raggruppati su basi statistiche. Il DSM, giunto sinora alla sua quarta edizione, è ampiamente utilizzato da medici, psichiatri e psicologi impegnati nella pratica clinica e/o nella attività di ricerca.

⁷ In particolare nella sua *Lectio Magistralis su Narcissistic Personality Disorder: Towards DSM 5*, tenuta il 28 gennaio 2012 presso l'Università di Milano-Bicocca.

quelle pagine troviamo diagnosi penetranti e previsioni sconvolgenti: il nuovo ideale di successo non ha più alcun contenuto. Il successo è il successo.

Il successo si è dunque trasformato in qualcosa che prima non conoscevamo, e ci si presenta adesso in forme del tutto nuove, portato dei tempi in cui viviamo? Esso non è più quel bilancio mutevole, precario, ed in continuo farsi, di successi ed insuccessi che inizialmente prospettavamo? E neppure la selezione e interiorizzazione delle proprie mete che suggerivamo con la nostra proposta interpretativa? Esso non consiste più nemmeno nel successo economico conquistato e nel prestigio raggiunto?

Per il soggetto in ascesa all'interno della grande organizzazione – produttiva o burocratico-amministrativa che sia – per colui che ha scelto la auto-affermazione come propria esclusiva meta, la conquista, e “a qualsiasi prezzo”, del potere nella organizzazione diviene l'obiettivo primario, funzionale e propedeutico alla stessa conquista del denaro e del prestigio. Il potere, commenta Lasch (1979), non consiste nel denaro o nel prestigio, ma nello “slancio” che riesce a rappresentare, nella “immagine vincente” che riesce a trasmettere, nella stessa reputazione di “vincente” che consente di conquistare.

«L'ambiente, denso di relazioni interpersonali, della moderna burocrazia, nella quale il lavoro assume una qualità astratta, quasi completamente separata dalla *performance*, sollecita per sua stessa natura, e spesso premia, una risposta narcisistica»⁸.

La qualità astratta del lavoro nelle grandi organizzazioni ne ha fatto un'attività ormai quasi completamente slegata dalla *performance*, un'attività definita con qualche sprezzo di *politicking*, ovvero un lavoro “politico” (nella peggiore accezione possibile del termine) di auto-promozione, finalizzato alla auto-affermazione, una sorta di “opportunismo” elevato a sistema, costituito dalla attenta osservazione degli equilibri in campo, dalla accurata analisi dei segnali provenienti dai *leader* delle fazioni/coalizioni presenti all'interno delle organizzazioni, dalla trasmissione di segnali sufficientemente ambigui da poter essere volta a volta, e indifferentemente, catalogati da quegli stessi *leader* come proposte di alleanza, di accordo o di tregua.

A noi pare che la descrizione dell'anomia fatta da Merton nell'ambito della sua quasi ventennale riflessione sul tema (Merton, 1938, 1949, 1957), descrizione alla quale abbiamo più sopra accennato, ritorni per questa via ancora una volta attuale, almeno nella parte per noi più significativa, rivelandoci che quella che Merton configurava come “ribellione”, frutto della scelta autonoma da parte del soggetto di nuove mete, e di nuovi mezzi istituzionalizzati per conseguirle, si è oggi inverata nel suo esatto contrario, manifestandosi in effetti come “asservimento”, e facendoci concludere che, attraverso l'incontro tra la moder-

⁸ «*The dense interpersonal environment of modern bureaucracy, in which work assumes an abstract quality almost wholly divorced from performance, by its very nature elicits and often rewards a narcissistic response*» (Lasch 1979, p. 47, trad. nostra).

na burocrazia ed il narcisismo, si è oggi realizzato qualcosa, nel mondo delle organizzazioni, che nessuno prevedeva di dovere osservare.

Scegliere il potere come propria esclusiva meta, subordinare ad esso tutti i propri atti, finalizzare tutte le proprie azioni al suo conseguimento, ma soprattutto servirsi del successo economico conquistato, o del prestigio raggiunto attraverso il proprio stile di vita, per accumulare altro e più ampio potere sugli uomini e sulle cose appartiene sicuramente alle caratteristiche del tipo narcisistico di personalità, ma più del narcisismo maligno che del narcisismo soltanto patologico.

Ed è con questo narcisismo maligno che, volenti o nolenti, dobbiamo quotidianamente, e dovremo sempre più spesso nel futuro, imparare a confrontarci.

Bibliografia

- ALBERONI F., *L'élite senza potere*, Vita e Pensiero, Milano 1963.
- ARIÈS P., *L'Enfant et la vie familiale sous l'Ancien Régime*, Plon, Paris 1960 (trad. it. *Padri e figli nell'Europa medievale e moderna*, Laterza, Roma-Bari 1981).
- BETTELHEIM B., *A Good Enough Parent: A Book on Child-Rearing*, Knopf, New York 1987, (trad. it., *Un genitore quasi perfetto*, Feltrinelli, Milano 1987).
- DEBORD G., *La Société du Spectacle*, Buchet-Chastel, Paris 1967. (tr. it.: *La società dello spettacolo*, Baldini & Castoldi, Milano 1977).
- LOZINGARELLI, *Vocabolario della Lingua Italiana*, Zanichelli, Bologna 2010¹².
- MCCLELLAND D., *The Achievement Motive*, Appleton Century Crofts, New York 1953.
- LASCH C., *The culture of Narcissism. American Life in An Age of Diminishing Expectations*, W. W. Norton & Company, New York 1979 (tr. it.: *La cultura del narcisismo*, Bompiani, Milano 1981).
- MERTON R. K., *Social structure and anomie*, in "American Sociological Review", 1938, III, 5, pp. 672-682.
- MERTON R. K., *Social structure and anomie*, in "Social Theory and Social Structure", The Free Press, Glencoe Ill. 1949, pp. 125-149 (tr. it.: *Struttura sociale e anomia*, in *Teoria e struttura sociale*, vol. II, Il Mulino, Bologna 1970, pp. 297-345).
- Merton R. K., *Continuities in the Theory of Social Structure and Anomie*, in *Social Theory and Social Structure* (rev. ed.), The Free Press, Glencoe Ill. 1957, pp. 161-194 (tr. it.: *Ulteriori sviluppi della teoria della struttura sociale e dell'anomia*, in *Teoria e struttura sociale*, vol. II, Il Mulino, Bologna 1970, pp. 347-401).
- Parsons T., *The School Class as a Social System: Some of its Functions in American Society*, in "Harvard Educational Review", 29 (1959), pp. 297-318.
- RIESMAN D. (in collaborazione con Reuel Denney e Nathan Glazer) *The Lonely Crowd: a Study of the Changing American Character*, Yale University Press, New Haven 1950 (tr. it.: *La folla solitaria*, Il Mulino, Bologna 1999).
- Touraine A., *Pourrons-nous vivre ensemble? Égaux et différents*, Librairie Arthème Fayard, Paris 1997 (tr. it. *Libertà, eguaglianza, diversità. Si può vivere insieme?*, Il Saggiatore, Milano 1998).
- Veblen T., *Theory of the Leisure Class: An Economic Study in the Evolution of Institutions*, The Macmillan Company, New York 1899.