

**SCIENZA  
E SOCIETÀ**

**Matteo Jacopo Zaterini**

**Leggere i videogame,  
leggere il sociale**

Il medium videoludico  
come fonte creativa

FrancoAngeli



# SCIENZA E SOCIETÀ

Collana fondata  
da **Filippo Barbano**

Direttrici:  
**Mariella Nocenzi**  
e **Angela Maria Zocchi**

La nuova collana “**Scienza e società**” intende potenziare una delle linee di ricerca già presenti nel progetto originario del Prof. Filippo Barbano: esplorare le *intersezioni* e le *interconnessioni* tra diverse aree sociologiche, nonché tra la scienza sociologica e le altre scienze, coltivando quella prospettiva interdisciplinare che ha caratterizzato la produzione scientifica del fondatore della Collana. Questo obiettivo, potenziato alla luce dell’attuale percorso di ricerca intrasociologico e interdisciplinare che scienza e società richiedono, non potrà che rivitalizzare il discorso sul significato del sapere scientifico. Uno degli esiti più attesi sarà verificare come la scienza sia diventata una forza sociale innovativa e produttiva, altamente socializzata e socializzante – e non solo un fenomeno storico – esplorando la reale pratica della ricerca scientifica che, a differenza di quella ottocentesca, ormai da tempo non aspira più alle grandi sintesi.

“Scienza e società”: sotto questo segno, che racchiude i due termini entro cui si addensano i molteplici e complessi problemi emergenti dal precedente discorso, FrancoAngeli Editore intende dare nuova linfa alla Collana di studi, il cui proposito è quello di allineare la nostra cultura a lavori ed esperienze della cultura internazionale e, allo stesso tempo, raccogliere e promuovere lavori italiani con particolare riguardo a quell’area di interessi che è diventata il centro del discorso sui rapporti tra scienza e società, cioè la sociologia della scienza. Per questo la Collana ospiterà oltre a monografie e studi di livello, testi introduttivi, traduzioni, rapporti di ricerca, lezioni, seminari e webinar pertinenti i temi ricordati appena in sintesi.

La prospettiva è duplice: esplorare possibili “nuovi paradigmi” di interpretazione dei problemi sociali contemporanei, alla luce della definizione di nuove ecologie del rapporto fra umani e non-umani; analizzare il rapporto tra narrazioni e immagini della scienza, prestando attenzione ai diversi linguaggi della comunicazione e alle diverse forme di narrazione.

I testi accolti in collana sono sottoposti a una peer review double blind.

## **Comitato scientifico della Collana** (in ordine alfabetico)

- Agodi Maria Carmela**, Università di Napoli Federico II, sociologa, Ordinaria.
- Ancarani Vittorio**, Università degli studi di Torino, sociologo, Docente a contratto.
- Aragona Massimiliano**, Circolo Romano di Psicopatologia, psichiatra e filosofo (Direttore di *“Dialogues in Philosophy, Mental and NeuroSciences”*).
- Bichi Rita**, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, sociologa, Ordinaria.
- Boccia Artieri G.**, Università di Urbino Carlo Bo, sociologo, Ordinario.
- Bonolis Maurizio**, “Sapienza” Università di Roma, sociologo, Ordinario.
- Borgna Paola**, Università degli studi di Torino, sociologa, Ordinaria.
- Bortoletto Nico**, Università degli Studi di Teramo, sociologo, Associato.
- Cerroni Andrea**, Università Bicocca di Milano, sociologo, Associato.
- Cesareo Vincenzo**, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, sociologo, Ordinario, Professore Emerito.
- Chiesi Leonardo**, Università degli Studi di Firenze, sociologo, Associato.
- Cocco E.**, Università degli Studi di Teramo, sociologo, Associato.
- Deriu Fiorenza**, “Sapienza” Università di Roma, sociologa, Associata.
- Di Federico R.**, Università degli Studi di Teramo, sociologa, Ricercatrice.
- Di Felice Massimo**, Universidade de Sao Paulo, sociologo, Associato.
- Fasanella Antonio**, “Sapienza” Università di Roma, sociologo, Ordinario.
- Fornari Fabrizio**, Università degli Studi “G. d’Annunzio” (Chieti-Pescara), sociologo, Ordinario.
- Gianturco Giovanna**, “Sapienza” Università di Roma, sociologa, Associata.
- Gili Guido**, Università degli Studi del Molise, sociologo, Ordinario.
- Longo Mariano**, Università del Salento, sociologo, Ordinario.
- Martire Fabrizio**, “Sapienza” Università di Roma, sociologo, Associato.
- Mongardini Carlo**, “Sapienza” Università di Roma, sociologo, Ordinario, Professore Emerito.
- Padovan Dario**, Università di Torino, sociologo, Associato.
- Pedaci M.**, Università degli Studi di Teramo, sociologo, Associato.
- Pereira Eliete**, Universidade de Sao Paulo, sociologa, Associato.
- Puech Michel**, Université Sorbonne Paris 4, filosofo, Ordinario.
- Ricci Antonello**, “Sapienza” Università di Roma, antropologo, Ordinario.
- Roche Thierry**, Aix-Marseille Université, studi cinematografici, Ordinario.
- Spitilli Gianfranco**, Università di Teramo e “Sapienza” Università di Roma, antropologo, Docente a contratto.
- Touraine Alain**, École des hautes études en sciences sociales, sociologo, Ordinario, Professore Emerito.

## **Comitato editoriale della Collana**

Rossella Di Federico, Consuelo Diodati, Mariella Nocenzi, Angela Maria Zocchi.



**Matteo Jacopo Zaterini**

# **Leggere i videogame, leggere il sociale**

Il medium videoludico  
come fonte creativa

FrancoAngeli

Isbn: 9788835179702

Immagine di copertina di Emanuele Jane Morelli

Copyright © 2025 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.  
Sono riservati i diritti per Text and Data Mining (TDM), AI training e tutte le tecnologie simili.  
L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della  
licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it)*

# Indice

<b>Introduzione</b>	pag.	7
<b>1. Tra Cultura, Società e Videogiochi: una riflessione sociologica</b>	»	11
1.1 Creatività e fonti interpretative: verso un uso sociologico del materiale creativo	»	11
1.2 Creatività come risorsa analitica: definizioni, ambiguità e potenzialità nella ricerca sociale	»	13
1.3 La sociologia come forma d'arte: riflessioni su creatività e conoscenza sociale	»	15
1.4 Ripensare la conoscenza sociologica attraverso le fonti creative	»	17
1.5 Videogiochi e Sociologia: Limiti, Potenzialità e Nuove Prospettive di Studio	»	18
<b>2. Il medium videoludico come fonte di dati sociali</b>	»	25
2.1 Un gioco di definizioni	»	25
2.2 <i>Game studies</i> classici	»	26
2.3 Il gioco come riproduttore di contesti sociali	»	50
<b>3. Per un modello di analisi del medium: da dove partire?</b>	»	61
<b>Introduzione</b>	»	61
<b>3.1 Dal gioco al videogioco</b>	»	62
3.2 Modello di analisi del medium: da dove partire?	»	65
3.3 La narrazione videoludica: una definizione preliminare	»	75
3.4 Lo Spazio ludico come dispositivo narrativo	»	81

<b>4. Casi studio</b>	pag.	97
4.1 Il medium videoludico come fonte di dati sociologici	»	97
4.2 <i>Dredge</i> ed Émile Durkeim	»	100
4.3 <i>Papers, Please</i> e Max Weber	»	109
<b>Conclusioni</b>	»	117
<b>Riferimenti bibliografici</b>	»	125

## Introduzione

Il presente volume si propone di esplorare l'utilizzo dei videogiochi come fonte creativa di dati sociologici, ponendosi due obiettivi principali. Il primo obiettivo è individuare un modello di analisi capace di affrontare la complessità del medium videoludico, in cui si intrecciano interattività, forme di gioco, strategie, immagini in movimento e narrazioni. Il secondo obiettivo è legittimare metodologicamente l'impiego dei videogiochi come strumenti di ricerca empirica, trattandoli come documenti carichi di significato sociale, al pari di altre forme di produzione creativa.

Queste finalità sollevano alcune domande di ricerca fondamentali: in che modo il videogioco, superando il suo carattere fittivo, può essere trattato come fonte sociologica? Quali caratteristiche strutturali del medium videoludico ne consentono l'utilizzo come dispositivo di costruzione del senso sociale? Come articolare un modello analitico che tenga conto delle dimensioni narrative, interattive e di game design nei videogiochi?

Il volume si articola in quattro capitoli. Il capitolo 1 affronta il tema delle fonti creative nella ricerca sociale, con particolare attenzione alla creatività come risorsa analitica, proponendo un recupero della riflessione di Robert Nisbet su *Sociology as a Form of Art* e dei contributi della tradizione interpretativista.

Il secondo capitolo propone un esame delle definizioni classiche di gioco, da Wittgenstein a Caillois, e introduce un approccio sociologico alla dimensione ludica, attraverso i concetti di "play" e "game" di Mead, il "social frame" di Goffman e la costruzione sociale della realtà di Berger e Luckmann. In questa sezione si gettano le basi per considerare il videogioco come spazio di riproduzione di pratiche sociali.

Il capitolo 3 definisce un modello di analisi del medium videoludico, articolato su tre assi principali: interazione, game design e narrazione.

Particolare enfasi è posta sulla funzione narrativa dello spazio ludico e sulla costruzione del mondo di gioco come dispositivo di senso.

Il Capitolo 4 presenta due casi studio: *Dredge* analizzato attraverso le categorie di Durkheim sulla religiosità e la distinzione sacro/profano, e *Papers, Please* interpretato alla luce del concetto weberiano di burocrazia e “gabbia d’acciaio”.

Infine, il lavoro si chiude con alcune riflessioni conclusive sul valore euristico dei videogiochi per la sociologia e sui limiti e prospettive future di questa proposta metodologica.

L’obiettivo del lavoro è quello di fornire alcune coordinate per un’analisi sociologica del videogioco. Ciò con una doppia finalità: individuare modelli di analisi di un oggetto particolarmente complesso in cui concorrono interattività, forme di gioco, strategie, immagini in movimento e narrazioni e concepire l’oggetto video-ludico come fonte di dati, bypassandone il carattere fittivo, in modo analogo a quanto si è fatto per altri manufatti creativi (Kara, 2020; Longo, 2015).

Entrambe le questioni (struttura comunicativa dell’oggetto videoludico e suo utilizzo metodologico come fonte) sono poco trattate in letteratura, sia per i caratteri specifici del video gioco come forma espressiva sia per una sorta di prevenzione nei confronti dei prodotti creativi di tipo ludico (Han, 2013).

Allo scopo di legittimare questo strumento come fonte creativa (De Vaan, Stark, & Vedres 2015), nel secondo capitolo sarà dedicato spazio alla questione della definizione del gioco in generale e di come un approccio sociologico possa essere utile all’individuazione preliminare delle caratteristiche che ne definiscono il ruolo all’interno di una cultura.

Il primo capitolo si prende in carico la questione metodologica dell’utilizzo delle fonti creative come riserva di dati per l’analisi sociologica. Verrà anzitutto affrontata la questione della creatività, facendo riferimento ad autori provenienti da varie discipline, con un’attenzione specifica per il Nisbet di *Sociology as a Form of Art* (1976), evidenziando, da un lato, come riflessione scientifica e intuizione artistica siano spesso solo surrettiziamente distinti e separati e, dall’altro, la legittimità dell’uso dei prodotti della creatività (ivi inclusi i video-game) come strumenti di comprensione del sociale.

Nel secondo capitolo riporterò brevemente le definizioni degli autori classici che, da prospettive diverse, hanno fornito analisi critiche del gioco e delle sue diverse implicazioni, con attenzione particolare a Johan Huizinga e Roger Caillois in quanto autori che, in maniera più approfondita ed originale di altri, si sono interessati al gioco come pratica sociale interpersonale e interculturale.

Nella seconda parte del capitolo invece, il riferimento al pensiero di George Mead, Erving Goffman, Thomas Luckmann e Peter L. Berger consentirà di individuare l'utilità di una chiave interpretativa sociologica dei fenomeni ludici: facendo riferimento al pensiero degli autori citati, infatti, è possibile riconoscere il gioco non come pratica che esula dal contesto sociale all'interno del quale è inserita ma, al contrario, come attività eminentemente sociale, spesso condivisa con altri e che necessita di processi di interpretazione e attribuzione di senso.

Nel terzo capitolo, a partire dal pensiero di Espen Aarseth e Gordon Calleja, proverò a individuare una definizione preliminare di videogioco e delle sue caratteristiche peculiari, vale a dire interazione, game design e narrazione: sono infatti queste le dimensioni lungo le quali si articola il senso di ciò che accade a schermo, e per questo è utile descriverne le componenti e gli elementi fondamentali. Dopo aver giustificato l'utilità dell'operazione da un punto di vista sia teorico sia metodologico, mi concentrerò sul ruolo che la dimensione narrativa ricopre all'interno dell'analisi sociologica dell'opera videoludica. Nella seconda parte del capitolo, invece, utilizzerò lo spazio ludico come funzione della dimensione narrativa, esplicitando le diverse modalità secondo le quali il mondo di esperienza del gioco e dell'utente costruiscono soluzioni narrative peculiari. Sebbene le tre dimensioni dell'opera videoludica siano ugualmente interessanti da un punto di vista teorico e metodologico in quanto il rapporto tra di loro non è organizzato in maniera gerarchica ma funzionale, la dimensione narrativa si adatta in maniera ideale all'analisi sociologica perché capace di organizzare, riprodurre e rendere esplicite o iperreali le relazioni sociali che sussistono tra gli elementi a schermo.

Nel quarto capitolo invece proverò ad interpretare due opere videoludiche, *Dredge* e *Papers, Please*, applicando il processo di analisi proposto precedentemente con l'obiettivo di estrarre senso sociologico dalle opere in questione. In *Dredge* verrà preso in esame il ruolo della società così come riprodotto all'interno dell'opera ludica attraverso le modalità rappresentative di elementi religiosi sacri e profani, puri e impuri, così come intesi da Emile Durkheim. In *Papers, Please* invece la medesima operazione teorica verrà riproposta sulla rappresentazione che il ruolo della burocrazia, come intesa invece da Max Weber, assume nella narrazione degli eventi.



# *1. Tra Cultura, Società e Videogiochi: una riflessione sociologica*

## **1.1 Creatività e fonti interpretative: verso un uso sociologico del materiale creativo**

È possibile stabilire un confine netto tra scienza e creatività? In che modo processi creativi influenzano intuizioni teoriche e soluzioni metodologiche? È possibile immaginare che processi creativi siano alla base non solo della produzione di artefatti artistici ma anche nell'elaborazione concettuale tipica della scienza? Le domande sopra abbozzate non rappresentano il nucleo fondamentale di questo lavoro, dal momento che affrontarle in modo corretto richiederebbe un impegno concettuale che esula dal nostro tema specifico, vale a dire l'utilizzo del medium videoludico come fonte di dati per la analisi sociologica. È anche vero che il riferimento alla creatività e l'individuazione di processi analoghi di carattere intuitivo accomunino sia l'ambito scientifico sia quello artistico e siano stati, negli anni, oggetto di studi specifici sull'argomento (Nisbet, 1976; Marzo, 2022). Se si intende fare ricorso a fonti creative, è indispensabile partire da questa premessa di carattere insieme teorico e metodologico, dal momento che un uso consapevole dei prodotti creativi come fonte di dati per l'analisi sociale non può prescindere da un ragionamento articolato sui caratteri della creatività e sulle possibili analogie tra creatività nella scienza e nell'arte.

La prospettiva empiricistica della scienza (incluse le scienze sociali) ritiene la creatività un elemento sussidiario, nel senso che il processo di costruzione di un sapere certo si fonda sull'osservazione sistematica, metodologicamente controllabile, di step definiti all'interno di un impianto che ha come modello il metodo sperimentale tipico delle scienze fisico-matematiche. In questo processo, le teorie servono allo scopo di fornire la base concettuale per la costruzione di ipotesi, validabili attraverso l'osservazione di regolarità generalizzabili che, nei casi più fortunati, conducono

all'elaborazione di leggi universalmente valide (Benton & Craib, 2010: pp 34-38). Questa concezione della scienza, forte di una pretesa universalistica mutuabile dai diversi campi del sapere, è stata ampiamente superata soprattutto in relazione alla specificità di alcuni ambiti conoscitivi al cui interno il modello teorico-deduttivo è difficilmente applicabile (Sparti, 2002). È probabilmente proprio nel campo delle scienze umane e sociali che tale modello si è dimostrato meno efficace nel senso che è poco realistica la pretesa di definire leggi sociali universalmente valide, permettendo solo stabilire, al più, correlazioni tra fatti sociali (Durkheim, 1963) in una prospettiva di tipo probabilistico.

La tradizione interpretativista, che parte da Weber (2003) e arriva fino a Gadamer (1983), ha sottolineato lo specifico delle scienze umane e sociali, motivandolo con la loro connessione al significato. Nella prospettiva weberiana, la distinzione tra scienze sociali e scienze naturali si fonda sulla dimensione del senso soggettivo: infatti, mentre l'oggetto di cui si occupa lo scienziato naturale è inerte in relazione al significato (dal momento che non possiede senso se non quello attribuitogli dall'osservatore), le scienze sociali operano sul senso intenzionato, vale a dire sul significato che gli attori attribuiscono al loro operare (Weber, 2003: pp. 9).

Sulla scia di Max Weber, Alfred Schutz ha messo in evidenza come lo specifico dello scienziato sociale è che questi opera su concetti già interpretati dagli attori nella loro attività quotidiana. Il dato sociale quindi, qualunque ne sia la natura, possiede una sua significatività non solo per lo studioso, ma anche per gli individui che egli osserva. È per questo che Schutz parla dei concetti sociologici come costrutti di costrutti, costrutti di secondo livello che devono necessariamente presupporre le preinterpretazioni degli attori sociali e fondarsi su di esse (Shutz, 1979). A livello teorico-metodologico, questa enfasi sul significato pone questioni di grande portata. Se il senso è fondativo del sociale, e se lo scienziato sociale deve necessariamente riferirsi al senso, allora è necessario individuare metodi di raccolta e fonti di dati particolarmente carichi del punto di vista delle possibilità interpretative.

La riflessione di Schutz consente una prima approssimazione al tema delle fonti creative: se, infatti, come scienziati sociali lavoriamo sempre su dati pre-interpretati, perché non concepire anche documenti densi, stratificati, carichi di significato, come possibile fonte di dati da sottoporre alla nostra interpretazione di secondo livello? Basta il carattere fittivo di documenti imputabili alla creatività per consentirci di bypassare, senza tematizzarla, la questione della loro possibile utilizzazione? Se è possibile che un osservatore non specialista osservi un quadro, assista ad un film o legga un'opera di finzione anche per coglierne le implicazioni simboliche, emotive, storiche,

sociali, perché questo materiale non dovrebbe trovare legittima collocazione all'interno dei materiali cui lo scienziato sociale rivolge la propria attenzione? Di fatto, in questa ultim'affermazione vi è il nucleo teorico e metodologico del presente lavoro. Su questo sarà necessario tornare a più riprese. Per il momento bisogna però lasciare in sospeso le questioni metodologiche, nel tentativo di collocare la creatività all'interno della riflessione critica, in particolare sociologica, che al tema ha dedicato attenzione.

## **1.2 Creatività come risorsa analitica: definizioni, ambiguità e potenzialità nella ricerca sociale**

La riflessione che qui si propone opera all'interno di una concezione eterodossa della ricerca sociale che ritiene possibile utilizzare documenti creativi come strumenti di analisi della realtà sociale (Kara, 2020). Non si tratta di proporre una qualche analisi sociologica dei prodotti creativi, operazione imputabile all'analisi sociologica dei prodotti artistici, bensì di ragionare intorno al ricorso alle fonti creative per l'analisi di processi e fenomeni sociali. È evidente che questa impostazione operi all'interno di una tradizione teorico-metodologica che prende sul serio la lezione di Schutz, operando una scelta che, fin dagli oggetti analizzati, manifesta il suo interesse radicale per la dimensione del senso. Ed è, come sopra anticipato, sempre all'interno della medesima tradizione che va abbozzato un discorso preliminare sulla creatività.

La creatività, nonostante l'interesse suscitato all'interno della comunità scientifica, rimane un concetto sfuggente. Una delle definizioni più articolate del concetto risale al filosofo Alfred North Whitehead (1978) che così la definisce:

*'Creativity' is the principle of novelty. An actual occasion is a novel entity diverse from any entity in the 'many' which it unifies. Thus 'creativity' introduces novelty into the content of the many, which are the universe disjunctively. The 'creative advance' is the application of this ultimate principle of creativity to each novel situation which it originates.*

La definizione enfatizza due tratti distintivi del termine: da un lato la connessione tra creatività e novità, dall'altro, e strettamente connesso con il primo aspetto, il collegamento tra creatività e innovazione.

Creatività implica dunque un processo di ridefinizione di ciò che intendiamo come usuale, quindi la definizione di nuovi oggetti, processi, modalità di rapporto tra il soggetto e il mondo. Ciò implica, necessariamente, l'attivazione di cambiamenti legati all'innovazione creativa. Nello specifico dei

processi economici, ad esempio, la creatività è strettamente collegata con il capitalismo inteso come sistema capace di produrre sempre nuovi prodotti, inducendo così sempre nuovi bisogni. Il riferimento forse più emblematico è a Joseph Schumpeter (1961), l'economista che ha enfatizzato il ruolo dell'imprenditore come innovatore, il cui carattere distintivo è una sorta di distruzione creativa: per Schumpeter l'innovazione trasforma l'economia eliminando vecchie strutture produttive e sostituendole con nuove. Questo dinamismo è alla base del capitalismo: il progresso tecnologico e l'ingegno imprenditoriale portano a cambiamenti radicali nei mercati, rendendo obsolete intere industrie e favorendo la nascita di altre. Esempi concreti di questo fenomeno sono il passaggio dalle carrozze alle automobili, la digitalizzazione dei media o l'e-commerce che soppianta i negozi fisici.

D'altro canto, la modernità e il suo correlato economico, vale a dire il capitalismo, enfatizzano la novità a discapito della tradizione. Termini come progresso ed evoluzione hanno accezione positiva nel lessico occidentale a partire dal XVIII secolo (Nelson, 1990). I tempi di obsolescenza degli oggetti, delle mode, delle pratiche sociali si accorciano e l'enfasi viene posta non sulla tradizione strutturata, né sulla ripetizione di ciò che è consolidato, non sull'innovazione attuale ma sull'innovazione successiva (nella cultura *hype la next big thing*).

Non è questo il contesto per analizzare in maniera articolata la creatività e il suo rapporto con la cultura moderna dell'innovazione. Tuttavia, la rilevanza della creatività appare evidente anche solo facendo riferimento ad alcuni fenomeni emergenti in contesti differenziati: dalla politica ai media, dall'industria culturale alla consulenza manageriale.

L'importanza economica della creatività è testimoniata da iniziative istituzionali come l'Anno Europeo della Creatività e dell'Innovazione (2009) e da fonti statistiche. Ad esempio, secondo il Ministero della Cultura tedesco il settore creativo in Europa, già nel 2015, impiega oltre un milione di persone e genera un fatturato annuo di 145 miliardi di euro (Reuter, 2015). Tuttavia, nonostante il suo valore riconosciuto, la creatività soffre di una "inflazione d'uso" (McEwan, 1998) e di una mancanza di consenso sulla sua definizione, oscillando tra modelli psicologici, biologici e neuroscientifici (Shiu et al., 2011; Reuter et al., 2005; Waytz e Mason, 2013).

### 1.3 La sociologia come forma d'arte: riflessioni su creatività e conoscenza sociale

Per canalizzare questa molteplicità di riferimenti al concetto, è necessario procedere in modo selettivo. In questo paragrafo cercherò di accennare al rapporto tra creatività e sociologia, premessa per definire la rilevanza teorica e metodologica delle fonti creative. Anche il rapporto tra sociologia e creatività si configura come un campo complesso e sfumato. Anzitutto, la creatività, intesa come la capacità di innovare e trasformare, si colloca a cavallo tra dimensione individuale e sociale. La riflessione filosofica ha da sempre riconosciuto questa ambivalenza: Platone, ad esempio, in *Ion* definisce la creatività come una forma di follia o “un’attività divina dentro di noi” (Gaut, 2010). Anche la sociologia, a partire dai suoi fondatori fino a pensatori più recenti, ha indagato la creatività come elemento strutturante del sociale. Uno tra i primi sociologi ad affrontare il rapporto tra creatività e il contesto sociale è stato il sociologo William F. Ogburn (1957): lo studioso ha introdotto il concetto di *cultural lag* per descrivere il divario tra il rapido sviluppo delle innovazioni tecnologiche e la più lenta capacità della società di adattarsi a questi cambiamenti. Mentre la creatività e l’innovazione trasformano continuamente il tessuto sociale, le norme, le istituzioni e i valori tendono a evolversi con maggiore lentezza, generando momenti di squilibrio e tensione.

Nonostante, quindi, l’intrinseca connessione tra processi sociali e creatività, la sociologia non ha prodotto una concezione condivisa del concetto e del ruolo che esso assolve. Si può certamente individuare un collegamento tra società e processi creativi di tipo soggettivo e tra processi soggettivi e innovazione. La creatività emerge infatti dalle interazioni sociali, trascendendo l’interiorità individuale per inserirsi nelle dinamiche del pensiero collettivo che plasmano la realtà sociale (Marzo, 2022). Questo processo creativo influisce anche sulla cultura scientifica, modificando periodicamente i paradigmi teorici e metodologici su cui si basano le certezze della scienza (Kuhn, 1962). Inoltre, la creatività, a differenza della mera speculazione astratta o del semplice fantasticare, è un’attività immaginativa che si concretizza in prodotti originali, come artefatti, invenzioni, scoperte scientifiche, opere estetiche e pratiche comportamentali. Un approccio che non relega la creatività alla sola produzione di artefatti artistici implica una riflessione sulle sue origini e le sue dinamiche nella società contemporanea, considerando come l’immaginario collettivo e la costruzione sociale della realtà tecnica influenzino e siano influenzati dai processi creativi.

La sociologia ha da sempre rivolto grande attenzione alla creatività, come testimoniano gli studi dei padri fondatori della disciplina su questo tema.

Questi studiosi, impegnati a fornire una rappresentazione plausibile della modernità (Merriman, 2021: pp. 400), spesso non si identificavano esclusivamente come sociologi, ma come parte di un più ampio progetto scientifico e filosofico. La fluidità disciplinare della nascente sociologia offriva loro la libertà di analizzare fenomeni artistici sia come oggetto di analisi sociologica sia come fonti di ispirazione teorica. Questo approccio è ancora oggi fecondo e merita di essere ripreso e approfondito, specialmente alla luce delle trasformazioni imposte dai media digitali e dalle nuove forme di espressione artistica, come il videogioco.

Un'interessante eccezione in questo specifico contesto è rappresentata dall'analisi di Robert Nisbet il quale, in un lavoro degli anni '70 dal titolo significativo, *La sociologia come forma d'arte* (Nisbet, 1976), sottolinea come esista una notevole affinità tra il modo in cui un artista e uno scienziato sociale elaborano le loro idee, al punto che arte e sociologia (e più in generale la scienza) possono essere accomunate nei processi che si attivano nella loro fase intuitiva e creativa (Nisbet & Parini, 2016).

Il sociologo statunitense riprende e organizza in modo sistematico una critica elaborata da altri nei confronti della tendenza a ridurre la scienza a un insieme di metodi e tecniche rigidamente standardizzati (come osservato già da Znaniecki nel 1934 e Redfield nel 1948). Egli sostiene che considerare questi metodi come l'unico criterio di validità scientifica rischierebbe di soffocare la creatività, l'originalità e la capacità di elaborare nuove teorie.

L'analogia che Nisbet traccia non è fine a sé stessa, ma rimanda all'identità stessa della disciplina. Seguiamo il ragionamento del sociologo più nel dettaglio: lo sviluppo di tecniche statistiche di rilevazione e analisi dei dati, che al tempo della scrittura del testo di Nisbet stava consolidandosi all'interno delle scienze sociali, comportava una pericolosa riduzione dei temi e delle questioni sociologicamente rilevanti a quei soli che potevano essere analizzati attraverso gli strumenti sviluppati con l'apporto delle scienze statistiche (Nisbet, 1976: pp.18). Questa riduzione della ricerca comporta una collaterale riduzione della capacità della sociologia di produrre rappresentazioni efficaci, controintuitive della realtà sociale.

Nisbet continua affermando che i principali fondatori della sociologia non avrebbero potuto sviluppare la loro visione della modernità se si fossero affidati esclusivamente a dati quantitativi e metodologie standardizzate.

Nel frattempo, la sociologia ha attraversato una serie di trasformazioni teoriche ed epistemologiche. Tra queste, il postmodernismo ha ridefinito il discorso sociologico come un genere letterario, arrivando alla conclusione che la conoscenza oggettiva della realtà sia irraggiungibile: James Clifford e George Marcus in *Writing Culture: The Poetics and Politics of*

*Ethnography* (1986) in particolare, mettono in discussione l'idea che il discorso sociologico ed etnografico possa aspirare a un'oggettività assoluta, evidenziando invece il suo carattere narrativo e interpretativo. Secondo questa prospettiva, la ricerca sociale non è una semplice rappresentazione neutrale della realtà, ma si configura come un genere letterario, plasmato da scelte stilistiche, retoriche e posizionamenti soggettivi. Questo approccio porta a riconsiderare la scienza sociale non più come un mezzo per accedere a una verità unica e universale, ma come uno strumento per esplorare e costruire molteplici versioni della realtà, inevitabilmente influenzate dal punto di vista di chi le racconta.

#### **1.4 Ripensare la conoscenza sociologica attraverso le fonti creative**

In questo lavoro si propone di approfondire queste tematiche restringendo il campo d'indagine al rapporto tra sociologia e forme specifiche di creatività artisticamente legittimate e istituzionalizzate, quindi, si tenterà di esplorare in che modo la sociologia e le fonti creative possano influenzarsi reciprocamente e arricchirsi a vicenda. Non si tratta solo di esaminare il contributo della sociologia all'analisi di opere artistiche, ma anche di interrogarsi su "ciò che l'arte fa alla sociologia" (Heinich, 2007), contribuendo alla ridefinizione delle sue basi epistemologiche e metodologiche. Quello che qui interessa non è un'analisi sociologica dei processi creativi, ma l'attivazione di un ragionamento sui prodotti della creatività e sul loro utilizzo potenziale come fonti per la ricerca empirica in sociologia. La multidimensionalità della sociologia contribuisce alla difficoltà di identificare una prassi condivisa in questo specifico contesto, tanto che alcune prospettive tendono a trascurare le fonti creative come oggetto di indagine sociologica o a dubitare della loro validità come fonte di conoscenza e di dati per l'analisi sociale (Laslett, 1965).

L'analisi delle opere videoludiche offre un terreno particolarmente fertile per l'indagine sociologica, poiché il medium videoludico combina aspetti creativi, narrativi e interattivi che interagiscono con le dinamiche sociali e culturali. I videogiochi non sono solo prodotti di intrattenimento, ma veri e propri testi culturali capaci di veicolare significati, rappresentazioni sociali e visioni del mondo. Studiare il videogioco da una prospettiva sociologica significa quindi interrogarsi sulle modalità con cui questo medium partecipa alla costruzione della conoscenza e all'elaborazione di forme di senso condivise. In questo senso, l'approccio proposto in questa monografia si colloca nel solco delle ricerche che esplorano le potenzialità euristiche delle fonti

creative nella costruzione del sapere sociologico, contribuendo a una più ampia riflessione sulle intersezioni tra cultura, società e creatività.

### **1.5 Videogiochi e Sociologia: Limiti, Potenzialità e Nuove Prospettive di Studio**

Diversi sono i sociologi che hanno scritto, a volte in modo piuttosto esteso, di videogiochi e che hanno fornito significativi approfondimenti sui videogiochi e i giocatori, come Mary Chayko (1993), Graeme Kirkpatrick (2004) e Jason Rutter (Rutter e Bryce, 2006), per citarne alcuni. Come però verrà esplicitato nel primo capitolo, è accaduto più comunemente che all'interno dei game studies autori abbiano attinto alla letteratura sociologica. Tuttavia, in generale, la disponibilità della sociologia a impegnarsi con i videogiochi e l'analisi dei giocatori è stata piuttosto deludente, e questo è particolarmente significativo poiché, come sostengo in questo lavoro, i videogiochi offrono un campo di studio unico per sviluppare la nostra comprensione dei modelli contemporanei della cultura e del pubblico. Allo stesso modo, il livello generale di investimento della sociologia all'interno degli studi sui videogiochi è stato a volte piuttosto limitato. Sebbene a volte gli autori facciano riferimento a idee sociologiche, come il "cerchio magico" di Caillois, scarso è l'accordo su ciò che questo significa effettivamente.

Recuperare dalla letteratura ancoraggi sociologici ai game studies classici o in maniera più specifica al medium videoludico è un'operazione teorica e metodologica molto complessa. Il rischio è doppio: da una parte la letteratura che parla di gioco generalmente non va oltre le forme ludiche tradizionali, quindi il gioco tradizionale, dall'altra, la specificità del medium e la sua peculiare combinazione a formare un unicum difficilmente semplificabile richiede un approccio strutturato e consapevole. A complicare ulteriormente la questione si inserisce anche il mandato sociale dell'oggetto di studio: anche attingendo al solo senso comune è facile intuire i motivi che rilegano il videogioco ad un ruolo secondario rispetto ad altri media. Eppure, come esplicherò all'interno del lavoro, il videogioco occupa un posto particolarmente significativo all'interno dello spettro composto dai diversi media: nel mercato dell'intrattenimento l'industria videoludica fattura più dell'industria cinematografica e musicale congiunte. Sarebbe ingenuo pensare che un fenomeno transculturale che ha visto coinvolti nel 2024 3,32 miliardi di giocatori attivi, non meriti (anche e non solo per questi dati) un'attenzione particolare da parte della disciplina sociologica.

Stante la rilevanza relativa della sociologia per il campo sui game studies, probabilmente le discipline più influenti per gli studi sui videogiochi al momento della fondazione di questo campo sono state quelle a matrice psicologica (Crawford, 2009) che continuano ancora oggi a plasmare molte linee di ricerca e discussione. Altre discipline hanno fornito strumenti teorici agli studi sui videogiochi degli albori, come gli studi letterari e i media studies. Ma lo studio sui videogiochi, in quanto disciplina molto giovane, subisce una doppia sollecitazione: da una parte guarda spesso ad altre discipline per recuperare, almeno inizialmente, gli strumenti di analisi, dall'altra, tentando di definire la propria identità, molti studiosi hanno cercato di distanziare gli studi sui giochi dalle discipline che inizialmente li hanno influenzati. Come anticipato, ci sono studiosi che hanno attinto e continuano ad attingere alla teoria sociologica nel loro lavoro sui videogiochi. Tuttavia, questo non si è ancora concretizzato in una sociologia dei videogiochi pienamente sviluppata. E anche quando i sociologi sono utilizzati dagli studiosi dei giochi, non sono sempre riconosciuti come tali. Ad esempio, Salen e Zimmerman (2004) attingono sia al lavoro di Gary Alan Fine sia a quello di Erving Goffman, ma descrivono entrambi come psicologi (p. 454). Il dibattito sociologico offre potenzialmente un'area molto fruttuosa, che finora è stata sottoutilizzata nello studio dei videogiochi. Questo significa che non solo gli studiosi dei videogiochi stanno perdendo l'opportunità di fornire maggiori approfondimenti su certi aspetti del gaming, e in particolare, sulla sua natura sociale e quotidiana, ma a sua volta, l'analisi dei videogiochi può insegnare molto alla sociologia. Questo perché, come sostengono Nieborg e Hermes (2008), i videogiochi offrono un'importante opportunità per sviluppare la nostra comprensione di aree di interesse sociologico, come il pubblico contemporaneo, i modelli di consumo e di produzione. Entrando nel merito non si può fare a meno di rilevare che il campo di studio dei videogiochi è ancora privo di teorie o metodi di analisi affidabili e robusti.

Questo è in parte dovuto all'interdisciplinarietà dei game studies, una branca dei cultural studies che analizza i giochi in quanto dispositivi culturali: gli scienziati sociali si occupano di giochi per motivi diversi, con metodi diversi e linguaggi diversi, il che rende difficile comparare oggetti evidentemente dissimili. Si pensi a quante cose e a quante attività definiamo gioco. Alcuni usi del termine sono metaforici, "il gioco della luce su una superficie", o "il vento che gioca tra gli alberi".

È possibile individuare la differenza tra tali usi metaforici e ciò che consideriamo attività più concrete, come il gioco in senso stretto? Per esempio, come definiamo far volare un aquilone? Anche in questo esempio è il vento che "gioca" con un oggetto solo che, nel caso specifico, con un essere umano