

ALTRUISMO AMORALE: L'ETICA APPARENTE CHE NASCONDE L'ODIO NEL TEMPO DEI SOCIAL NETWORK

MARINO D'AMORE*

Abstract: nel 1958 Edward C. Banfield, antropologo e politologo statunitense, pubblicava *The Moral Basis of a Backward Society*, un'attenta analisi sulle relazioni e la cultura civica dei membri di un villaggio del Mezzogiorno italiano chiamato convenzionalmente Montegrano. In quell'opera, destinata a diventare un classico degli studi sulle criticità relative allo sviluppo sociale, coniava l'espressione «familismo amorale», per descrivere le modalità in cui il soggetto finalizza la sua azione sociale solo al benessere della propria cerchia familiare, confliggendo con gli altri gruppi primari e ignorando, quindi, il bene collettivo, nel caso in cui esso non coincida con l'interesse personale. Attualmente, a distanza di decenni, siamo i testimoni di un fenomeno nuovo ma simile a livello strutturale, non generato dalla scarsità economica, ma dalla ricerca costante di visibilità nei social media: l'*altruismo amorale*. Esso si manifesta quando ci si interessa all'alterità in uno scenario digitale, ma solo come pretesto per entrare in conflitto, affermare la propria esistenza, esibirla, ottenere visibilità o rafforzare la propria identità digitale. Un altruismo, dunque, privo di autentica empatia, depauperato dell'etica relazionale e finalizzato principalmente all'affermazione personale, danneggiando quell'altrui.

Keywords: altruismo – digitale – social network – relazione – comunicazione

Abstract: in 1958, Edward C. Banfield, an American anthropologist and political scientist, published *The Moral Basis of a Backward Society*, a careful analysis of the relationships and civic culture of the members of a village in southern Italy conventionally called Montegrano. In that work, which was destined to become a classic of studies on the critical aspects of social development, he coined the expression «amoral familism» to describe the ways in which the subject only finalises his social action for the welfare of his own family circle, conflicting with the other primary groups and thus ignoring the collective good, if it does not coincide with self-interest (Banfield, 1958). Currently, decades later, we are witnessing a new but structurally similar phenomenon, generated not by economic scarcity, but by the constant search for visibility in social media: amoral altruism. It manifests itself when one is interested in otherness in a digital scenario, but

* Marino D'Amore, Ricercatore in Sociologia dei processi culturali e comunicativi GSPS-06/A, Università degli studi Niccolò Cusano. Email: marino.damore@unicusano.it

only as a pretext to enter into conflict, assert one's existence, exhibit it, gain visibility or reinforce one's digital identity. An altruism, therefore, devoid of genuine empathy, impoverished of relational ethics and mainly aimed at personal affirmation, damaging that of others.

Keywords: altruism – digital – social network – relationship – communication

Introduzione

Nel villaggio studiato da Banfield¹, l'amoralità non derivava da un deficit di valori, ma dall'incapacità di estenderli oltre i confini del nucleo familiare; l'altro rappresentava un soggetto irrilevante, se non addirittura un ostacolo, contestualizzato in una collettività non percepita come scenario del bene comune, ma come campo neutro o addirittura nemico.

Nei social network contemporanei assistiamo a un paradosso: gli individui appaiono molto più orientati all'«altro», ma spesso solo secondo logiche superficiali di *surface relationship*. Il dibattito pubblico è caratterizzato da appelli, indignazioni, campagne morali e sentimenti solidali, ma questi gesti raramente nascono da una reale partecipazione empatica. Sono invece mossi dalla logica della performance visibile, del politicamente corretto, della moralità esibita², alimentata dagli algoritmi che premiano la partecipazione emozionale e polarizzante.

Come spiega Zygmunt Bauman: «Nell'epoca liquida i legami si costruiscono e si disfano rapidamente: l'empatia è breve, intensa, ma spesso superficiale»³. Così, anche l'altruismo diventa un gesto da postare, un'identità da esibire e dimostrare, più che una relazione da coltivare.

Empatia digitale o empatia algoritmica?

Gli studi di Arlie Hochschild⁴ sulle *regole emozionali* mostrano come le società stabiliscano tale normazione e definiscano cosa si può provare, come e quando. Nei social network, queste regole si condensano in sceneggiature emozionali predefinite: indignati per la causa del giorno, tristi per l'evento tragico, solidali con la vittima di turno, ma tutto questo segue un ciclo breve, fluido con una durata ben definita: 24 o 48 ore⁵. Questa

¹ E. C. Banfield, 1958.

² A. Marwick, 2015.

³ Z. Bauman, 2000.

⁴ A. R. Hochschild, 1983.

⁵ Z. Bauman, 2000.

temporalità delle emozioni genera un paradosso: sembra che tutte queste manifestazioni siano guidate da un comun denominatore costituito da solidarietà e empatia, ma in realtà vengono gestite come una funzione dell'algoritmo e non come una relazione affettiva autentica. Siamo, come scrive Illouz⁶, in un'epoca in cui le emozioni sono «mediatizzate», cioè apprese, simulate e trasmesse attraverso media, in particolare quelli digitali. L'altruismo amorale è figlio di questa nuova empatia algoritmica: rapida, virale, visibile, ma raramente suffragata da azioni concrete, anzi più spesso utilizzata per incrementare il capitale simbolico personale.

Nel contesto digitale ciò che appare come manifestazione di una moralità condivisa si rivela, invece un insieme codificato di rituali comunicativi. Il concetto di performatività etica, già presente negli studi di Judith Butler⁷ in ambito identitario, può essere esteso alla sfera morale: non si è buoni, si agisce come se lo si fosse, attraverso atti simbolici, convenzionali, ripetuti e codificati. Nel contesto digitale, questi atti includono indignazioni pubbliche, campagne temporanee, o prese di posizione su eventi divenuti virali, che rappresentano il pretesto per affermare la nostra presenza e coltivare quel senso di appartenenza come nemesi e antidoto della paura dell'esclusione: la cosiddetta F.O.M.O. Quindi tali rituali non sono motivati da empatia o impegno etico, ma da una necessità identitaria e relazionale. Questo è particolarmente evidente nei meccanismi di *hashtag activism*. Come afferma Yang tale attivismo si verifica quando sui social media compaiono numerosi *post* contrassegnati da un hashtag comune, una parola, una frase con un significato sociale o politico, il loro sviluppo diacronico all'interno di spazi interconnessi conferisce loro una morfologia narrativa dove la coesione morale è spesso effimera e la partecipazione è motivata dal bisogno di appartenenza al flusso comunicativo che alimenta il dibattito⁸. In questo senso l'altruismo amorale si manifesta qui in tutta la sua ambivalenza: mobilita energie morali, ma le consuma velocemente, orientandole alla visibilità più che alla trasformazione sociale in cui la contingenza temporale e pretestuosa prevale sulla riflessione e sull'azione concreta.

La mercificazione dell'etica

Nel mondo digitale le cause sociali sono diventate beni di consumo. Il femminismo, l'ambientalismo, l'antirazzismo, i diritti LGBTQ+ sono spesso brandizzati, depauperati del loro contenuto critico, trasformati in azioni puramente simboliche più che in pratiche politiche. L'altruismo amorale si manifesta in questo contesto come un'etica mercificata: un sistema convenzionale di segni che esprime appartenenza, posizionamento e identità, mira al riconoscimento ma non si concretizza in un impegno reale finalizzato al

⁶ E. Illouz, 2007.

⁷ J. Butler, 1993.

⁸ G. Yang, 2017.

raggiungimento di una società più giusta. Secondo Shoshana Zuboff, le piattaforme digitali trasformano ogni comportamento umano in un dato utile a predire, o a orientare, ogni azione antropica futura⁹: l'indignazione, la solidarietà, l'attivismo diventano pattern algoritmici, da cui trarre profitto, in questo modo anche l'altruismo viene neutralizzato, trasformandosi in un'apparente emozione catalizzata e finalizzata alla visibilità, non all'etica.

La cifra identitaria dell'altruismo amorale è il suo rapporto con l'odio, in cui proprio la preoccupazione per l'alterità è ciò che giustifica l'attacco sistematico a chi viene percepito come «nemico» a cui si nega il confronto attraverso la delegittimazione. Il dibattito online si trasforma così in una guerra morale permanente, dove ogni singolo gesto altruistico genera la controparte speculare ossia l'esclusione, la condanna, la gogna pubblica. In questo modo, in nome della giustizia si perpetua la vendetta, in nome della solidarietà si attualizza la polarizzazione. In questo senso, l'altruismo amorale diventa pericoloso, perché non stimola legami reali, ma alimenta una spirale di odio ritualizzato, come ha descritto Geert Lovink¹⁰, che allontana ulteriormente la possibilità di costruire relazioni, confronto e scambio all'interno di spazi pubblici condivisi. I social network hanno introdotto una nuova forma di deresponsabilizzazione, dove la distanza fisica ed emotiva e l'illusione dell'anonimato consentono agli utenti di agire senza percepire la piena consapevolezza delle proprie azioni. Bandura ha definito questo fenomeno come «disimpegno morale», un processo psicologico attraverso cui si neutralizza il peso, morale e sociale, delle proprie azioni sentendole come giustificate, poco significative o non imputabili a sé stessi¹¹. Nel contesto digitale, tale dinamica è sormontata dall'assenza del volto dell'altro. In questo senso l'interazione mediata da schermi e piattaforme produce un senso di sospensione della responsabilità: si può insultare, umiliare, diffamare, e al contempo ritenersi virtuosi, perché l'atto viene vissuto come parte di un flusso condiviso, depotenziato della sua carica emozionale reale. Tutto ciò favorisce un'ulteriore distorsione del comportamento che si basa sulla credenza che le azioni digitali abbiano un impatto minore rispetto a quelle reali, invece gli effetti psicologici, relazionali e sociali delle azioni nei social sono profondi e talvolta devastanti, ma l'esenzione illusoria da qualunque responsabilità continua ad alimentare un'aggressività irrazionale che, troppe volte, si ammanta di giustizia morale.

L'altruismo amorale come forma di controllo sociale e digitale

L'altruismo amorale rappresenta una pratica sociale apparentemente benevola, che svolge in realtà una funzione di monitoraggio sociale diffuso, simile al *panopticon*

⁹ S. Zuboff, 2019.

¹⁰ G. Lovink, 2019.

¹¹ A. Bandura, 2017.

teorizzato da Foucault, secondo cui sorveglianza e disciplina rappresentano la dicotomia identitaria della società¹². I social media, infatti, concretizzano tale controllo che non è iperverticale, come quello dello Stato sui cittadini, ma orizzontale, tra pari, dove ognuno osserva e valuta l'altro, ne misura la moralità esteriorizzata attraverso i post, commenti, like, sentendosi osservato e valutato a sua volta. L'altruismo amorale si inscrive in questa dinamica: mostrare attenzione agli altri è il modo più efficace per diventare moralmente rilevanti, ma anche per segnalare deviazioni non conformi al politicamente corretto e punire chi non vi aderisce. È qui che si manifesta la forma più sottile del potere, che non si palesa nel dominio esplicito, ma nella coercizione emotivo-simbolica che si esercita nel nome della bontà. Questa funzione punitiva si attiva ogni volta che qualcuno esprime un'opinione che si distingue dalla massa: l'altruista amorale lo stigmatizza pubblicamente in nome di una causa (la tutela delle minoranze, la difesa dei diritti, il cambiamento climatico, ecc.), ma in realtà lo fa per affermare la propria posizione morale e identitaria, sfruttando l'ipervisibilità prodotta dallo scontro. In questo senso, l'altruismo amorale è profondamente gerarchizzante, ossia produce una scala virtuosa implicita in cui chi è «più indignato» o «più attivo» ha un'autorevolezza maggiore. Esso non sarebbe però così pervasivo senza il supporto di un ecosistema algoritmico che ne favorisce la diffusione, infatti, come afferma Ziccardi: «I contenuti che mostrano polarizzazione, forte emotività o conflitto esplicito tendono ad avere maggiore engagement, e dunque vengono premiati dalla logica piramidale delle piattaforme»¹³.

Questo produce una selezione darwiniana della visibilità: non sopravvive il contenuto più profondo o equilibrato, ma quello che genera più interazioni. In un'economia dell'attenzione accelerata, come afferma Herbert Simon: «La ricchezza di informazioni genera povertà di attenzione e la necessità di allocare tale attenzione in modo efficiente tra la sovrabbondanza di fonti di informazione potrebbero consumarla»¹⁴. In questo modo la lentezza del pensiero viene penalizzata, la solidarietà silenziosa neutralizzata e l'altruismo diventa un contenuto da curare come un mero un gesto strategico¹⁵. Tutto ciò porta a una verticalizzazione dell'etica: non si agisce per valori e convinzioni endogene, ma per rispondere a incentivi esogeni e eterodiretti. In tale dinamica l'effetto collaterale più grave è la disumanizzazione dell'interlocutore, che diventa nemico simbolico: se l'altro non dimostra lo stesso livello di «altruismo» e non si conforma alla causa dominante, allora diventa un bersaglio, un ostacolo da eliminare. La comunicazione diventa così un campo minato, in cui il dissenso è letto come una minaccia imperdonabile e l'identità dell'altro viene ridotta a un singolo post, una frase o un'opinione. Tale processo conduce alla costruzione di narrazioni manichee, ossia basate sulla dicotomia buoni contro cattivi, che impediscono ogni dialogo e rafforzano l'odio come forma di

¹² M. Foucault, 2014.

¹³ G. Ziccardi, 2016, 90-91.

¹⁴ H. Simon, 2019.

¹⁵ Y. Citton, 2014.

relazione che si alimenta con la cultura della paura come sostiene Furedi¹⁶. L'altruismo amorale, dunque, non è semplicemente falso, ma è uno strumento per escludere, umiliare e, al contempo, affermarsi, proprio perché, sotto la sua apparenza etica, malcela il suo intento distruttivo.

Un ulteriore effetto collaterale dell'altruismo amorale è rappresentato dall'emersione di una forma nuova di intolleranza detta selettiva o tollerante. Chi difende una minoranza o una causa «progressista» acquisisce, nel contesto digitale, una legittimazione morale così forte da poter escludere e ridicolizzare chi la pensa diversamente, senza apparire intollerante. Come ha affermato Chantal Mouffe: «Nelle democrazie contemporanee è necessario fare una distinzione tra antagonismo e agonismo: il primo distrugge l'altro, il secondo lo riconosce come avversario legittimo»¹⁷. Nei social network il clima è spesso antagonista e l'altruismo amorale ne è una delle leve principali: in nome del bene si produce esclusione e si deumanizza l'altro. La difesa di una causa si trasforma in attacco contro chi dissente e questo produce una narrazione pubblica polarizzata, incapace di tenere insieme differenze in un confronto equo e pluralistico¹⁸.

Il cuore pulsante di questo fenomeno è il capitalismo dell'attenzione, che ha assorbito anche il linguaggio dei diritti, della giustizia e della solidarietà. Secondo Bernard Stiegler: «L'economia digitale ha trasformato la sensibilità individuale in una risorsa da attirare e indirizzare, rendendo l'indignazione, l'empatia e l'attivismo forme espressive di un capitale simbolico da gestire»¹⁹. I contenuti morali ad alta intensità emotiva, immagini scioccanti, appelli umanitari, denunce, ricevono maggiori interazioni e dunque hanno un maggior valore. Guy Debord ha affermato che: «La società dello spettacolo trasforma tutto in rappresentazione». Attualmente anche la bontà, la compassione, la giustizia diventano scene serializzate da interpretare nel teatro dei social media, tale processo genera l'esteriorizzazione di una moralità condivisa e socialmente accettata, utile alla costruzione della reputazione personale ma sdoganata dall'effettiva azione sul reale²⁰.

In questo senso, come spiegato, uno dei postulati fondativi dell'altruismo amorale è l'indignazione digitale, essa appare come un gesto etico, ma spesso serve a rafforzare la propria posizione in una rete di riconoscimenti reciproci con chi condivide le medesime opinioni. Il sociologo Paolo Jedlowski ha parlato di «rituali dell'indignazione», in cui il vero obiettivo non è cambiare qualcosa, ma solo mostrare pubblicamente le proprie credenze, attualizzando così un processo reiterato di autoaffermazione²¹. Chi denuncia un'ingiustizia online, vera o presunta, spesso non si preoccupa di costruire un confronto, ma di posizionarsi nel campo «giusto» dove trovare il nemico diventa fondamentale:

¹⁶ F. Furedi, 1997.

¹⁷ C. Mouffe, 2005, 50-51.

¹⁸ C. Mouffe, 2005.

¹⁹ B. Stiegler, 2010.

²⁰ G. Debord, 1967.

²¹ P. Jedlowski, 2001.

l'altruismo amorale si alimenta infatti di conflitto, perché, come afferma Byung-Chul Han, «l'odio polarizza, unisce gli uni contro gli altri e produce coesione negativa»²².

In questo contesto, l'altruista amorale non è mai solo un difensore dell'altro, ma anche e soprattutto un attaccante strategico in cerca di un bersaglio che serve come alibi per dare vita a battaglie simboliche, spesso effimere e pretestuose, ma mediaticamente rilevanti.

La spirale del silenzio etico: quando la morale diventa un rischio

L'altruismo amorale si lega a doppio filo al tribalismo etico digitale, generando un clima di conformismo che riduce, come spiegato, drasticamente il pluralismo del dibattito. Chi non si allinea all'opinione dominante, anche quando lo fa in modo argomentato e costruttivo, rischia l'isolamento, la violenza verbale e, quindi, la cancellazione. Elisabeth Noelle-Neumann definiva questo fenomeno come la «spirale del silenzio»: il timore dell'isolamento sociale porta a tacitare le proprie opinioni perché percepite come minoritarie anche quando non lo sono. Nel contesto digitale, la spirale si intensifica, gli algoritmi amplificano contenuti in linea con la morale percepita come condivisa, creando le cosiddette echo-chambers: «camere dell'eco» in cui si rafforzano convinzioni preesistenti e si delegittimano quelle divergenti²³. In questo ambiente, anche il dissenso etico, cioè la critica a modalità aggressive di esprimere valori condivisi, diventa un atto sovversivo e pericoloso, ponendoci di fronte a un paradosso: in nome della morale, si impedisce l'espressione autentica dell'etica. Il dibattito diventa competizione tra moralismi banalizzanti, non un confronto tra posizioni argomentate. Il rischio maggiore è la perdita di una vera dimensione deliberativa, dove le persone si ascoltano, si interrogano e si confrontano all'interno di un altrove digitale, come afferma Sherrie Turkle, che rischia invece di diventare una deriva di depauperamento relazionale²⁴.

Un ulteriore elemento di riflessione riguarda il ruolo degli algoritmi nella definizione di ciò che è giusto e meritevole. La visibilità e la censura automatica sono parametri progettati per premiare contenuti che generano coinvolgimento, ma non distinguono tra qualità morale reale e apparente. In tal modo, il concetto di «bene» viene, in parte, delegato a processi matematici, che esulano da postulati etico-sociali condivisi. Questo determina un'automatizzazione della morale: i contenuti più visti diventano, per associazione inconscia, quelli moralmente più validi. Il bene comune e la giustizia diventano una conseguenza del gradimento, generando un'involuzione pericolosa: si rischia di ridurre la complessità del pensiero morale a una logica binaria di premio-punizione, di *like-dislike*. Floridi parla di «infosfera» per indicare l'ambiente digitale che

²² B.C. Han, 2016, 36-37.

²³ E. Noelle-Neumann, 2017.

²⁴ S. Turkle 2017.

abitiamo e dove il bene dovrebbe essere ripensato come risultato di un dialogo tra umano e macchina, dove la tecnologia non sostituisca la riflessione, ma la stimoli, condannando, di fatto, ogni scenario come quello attuale, in cui si premiano le virtù apparenti, penalizzando il pensiero complesso, un ambito in cui l'etica sopraccitata rischia di non essere più un valore collettivo, ma un prodotto da gestire, trasformare e ottimizzare in un'ottica funzionale ogni volta che se ne presenta l'occasione²⁵.

Conclusioni

La nostra epoca è attraversata da un paradosso senza precedenti: mentre la società digitale sembra dominata da richiami costanti alla giustizia, all'inclusività, alla tutela dell'altro, essa produce, al contempo, meccanismi feroci di esclusione, umiliazione, punizione. Tale paradosso è il cuore pulsante dell'altruismo amorale, concetto che abbiamo indagato come distorsione sintetica che si attualizza nei contesti digitali attuali. Tuttavia, la morale non è scomparsa, si è trasformata in performance, in indignazione organizzata, in gesto da ostentare. La presenza costante di un audience digitale, non solo spettatrice ma anche giudice severa, incentiva una sorta di iper-etica apparente, dove l'agire morale diventa strumento di appartenenza, di riconoscimento di visibilità, di controllo: chi mostra di avere i valori percepiti come maggioritari, chi denuncia l'ingiustizia, chi partecipa al linciaggio verbale contro i presunti colpevoli, guadagna capitale simbolico in una cultura digitale ossessionata dalla reputazione. In questo contesto, l'odio si ammanta di giustizia, la cancellazione dell'altro si presenta come atto dovuto di difesa dei deboli, la vendetta si cela dietro una falsa empatia. Come afferma Sherrie Turkle: «La perdita della capacità di parlare con gli altri, con empatia, imparando nel contempo a sopportare solitudine e inquietudini, rischia di ridurre le nostre capacità di riflessione»²⁶. Il risultato è una moralità disumanizzante, che non cerca comprensione ma eliminazione, non persegue il dialogo ma l'annullamento dell'alterità e la sua dannazione. L'altruismo amorale è esattamente questo: l'utilizzo di cornici etiche per giustificare comportamenti aggressivi o distruttivi²⁷.

La cultura della cancellazione, l'economia della reputazione, l'identitarismo morale, la gogna social e la monetizzazione dell'indignazione sono tutti sintomi di uno scenario in cui il bene e il male sono ridefiniti secondo logiche volubili, performative e polarizzanti. Le piattaforme digitali, con le loro architetture algoritmiche di visibilità, non sono semplici spazi neutri, ma agiscono come amplificatori delle emozioni, premiando la certezza incontrovertibile, l'immediatezza, il pensiero unico e penalizzando la complessità e il dubbio. Ciò non significa invocare un passato idealizzato privo di conflitti o contraddizioni,

²⁵ L. Floridi, 2017.

²⁶ S. Turkle, 2017

²⁷ Z. Bauman, 2017.

ma costruire un nuovo disincanto etico, fondato sulla responsabilità, sulla pacatezza pluralista del giudizio, sulla capacità di distinguere tra il giusto e l'ipervisibile, tra l'empatia e la vendetta. In una società che vive di semplificazioni estreme, di algoritmi e moralismi urlati, recuperare la complessità del giudizio etico, il valore del silenzio, la pazienza del confronto è forse il gesto più profondamente umano e rivoluzionario che si può attuare²⁸.

L'altruismo amorale può essere neutralizzato solo passando da una etica apparente a una etica resistente. Il primo passo è riconoscere che l'altruismo autentico non debba coincidere necessariamente con la mera visibilità²⁹, come afferma Alice Marwick, ma con la costruzione di relazioni durevoli, riscoprendo una sociologia della prossimità, che riporti al centro l'altro come soggetto, non come funzione e bersaglio funzionale all'affermazione della propria identità digitale.

Hartmut Rosa e Nathanael Wallenhorst sostengono che esiste un bisogno di «risonanza», cioè di relazioni che trasformino, che generino cambiamento reciproco. Il vero altruismo autentico è quello che trasforma entrambi gli interlocutori, che genera crisi, che comporta anche il conflitto, ma all'interno di una relazione vera³⁰. Inoltre, occorre anche ripristinare una nuova educazione al dissenso, capace di ricostruire il senso del dialogo e della contraddizione. Attualmente viviamo in una società che sembra più attenta all'altro, più morale, più indignata, ma in realtà, questi gesti spesso celano logiche che glorificano il pensiero unico, inseguono il branding personale, la ricerca di conflitto e la coesione negativa. Come nel familismo sopracitato, anche qui la morale è presente, ma è funzionale al sé; l'altruismo diventa strumentale, strategico, non è foriero di solidarietà, ma di polarizzazione e indignazione rituale³¹.

Solo una nuova educazione digitale, capace di distinguere tra empatia reale e simulazione algoritmica, potrà disinnescare questo meccanismo e restituire allo spazio pubblico la sua funzione più autentica: quella del confronto e del riconoscimento reciproco. È necessario, quindi, che la sociologia, e più in generale il pensiero critico, attui una neutralizzazione simbolica di questi meccanismi, affinché si possa tornare a una riflessione morale non come apparenza, ma come relazione, responsabilità e impegno. Recuperare l'etica della responsabilità³² al posto della persuasione pubblica che domina le piattaforme, potrebbe essere il primo passo per decostruire la logica performativa e omologante del buonismo esasperato e rimettere al centro la complessità della relazione sociale. In tempi di intelligenza artificiale e ipervisibilità, coltivare l'autenticità dell'altruismo reale diventa, come detto, il vero atto sovversivo e rivoluzionario.

²⁸ S. Turkle, 2017

²⁹ A. Marwick, 2015.

³⁰ H. Rosa, N. Wallenhorst, 2023.

³¹ E. C. Banfield, 1958.

³² M. Weber, 1919.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

BANFIELD Edward Christie, 1958, *The moral basis of a backward society*. Free Press, Glencoe.

BANDURA Albert, 2017, *Disimpegno morale. Come facciamo del male continuando a vivere bene*. Erickson, Trento.

BAUMAN Zygmunt, 2000, *Liquid modernity*. Polity Press, Cambridge.

BAUMAN Zygmunt, 2017, *Retrotopia*. Laterza. Bari-Roma.

BUTLER Judith, 2020, *La forza della nonviolenza*. Raffaello Cortina, Milano.

CITTON Yves, 2014, *L'économie de l'attention: nouvel horizon du capitalisme*. La Découverte, Parigi.

CITTON Yves, 2014, *Pour une écologie de l'attention*. Seuil, Parigi.

DEBORD Guy, 1967, *La società du spectacle*. Buchet-Chastel, Parigi

ECO Umberto, 2016, *Pape Satàn Aleppe. Cronache di una società liquida*. La nave di Teseo, Milano.

FLORIDI Luciano, 2022, *Etica dell'intelligenza artificiale*. Raffaello Cortina, Milano.

FLORIDI Luciano, 2017, *La quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta trasformando il mondo*. Raffaello Cortina, Milano.

FOUCAULT Michel, 2014, *Sorvegliare e punire. Nascita della prigione*. Einaudi, Torino.

FUREDÌ Frank, 1997, *Culture of fear: risk-taking and the morality of low expectation*. Continuum, London.

HAN Byung Chul, 2016, *Psicopolitica. Il neoliberismo e le nuove tecniche del potere*. Nottetempo, Roma.

HOCHSCHILD Arlie Russel, 1983, *The managed heart: commercialization of human feeling*. University of California Press, Berkeley.

ILLOUZ, Eva, 2007, *Cold intimacies: The making of emotional capitalism*. Polity press, Cambridge.

JEDŁOWSKI Paolo, 2001, *Memoria, esperienza, modernità*. FrancoAngeli, Milano.

LOVINK Geert, 2019, *Sad by design: on platform nihilism*. Pluto Press, Londra.

LOVINK Geert, 2022, *Stuck on the Platform. Reclaiming the Internet*. Making Public, Londra.

MARWICK Alice, 2015, *Status update: celebrity, publicity, and branding in the social media age*. Yale University Press, New Haven.

MCLUHAN Marshall, POWERS Bruce, 1996, *Il villaggio globale. XXI secolo: trasformazioni nella vita e nei media*. SugarCo, Milano.

MOUFFE Chantal, 2005, *On the political*. Routledge, Londra.

NOELLE-NEUMANN Elizabeth, 2017, *La spirale del silenzio. Per una teoria dell'opinione pubblica*. Meltemi, Milano,

PAPACHARISSI Zizi, 2014, *Affective publics: sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press, Oxford

ROSA Hartmut, WALLENHORST Nathanael, 2023, *Risonanza e vita buona. Educazione capitalismo accelerato*. Editrice Morcelliana, Brescia.

SIMON Herbert, 2019, *Il labirinto dell'attenzione. Progettare organizzazioni per un mondo ricco di informazioni*. Luca Sossella editore, Roma.

STIEGLER Bernard, 2010, *For a new critique of political economy*. Polity Press, Cambridge.

TUFEKCI Zeynep, 2017, *Twitter and tear gas: the power and fragility of networked protest*. Yale University Press, New Haven.

TURKLE Sherrie, 2011, *Alone together: why we expect more from technology and less from ourselves*. Basic Books, New York.

TURKLE Sherrie, 2017, *La conversazione necessaria. La forza del dialogo nell'era digitale*. Einaudi, Torino.

WEBER Max, 1919, *Politik als beruf*. Duncker & Humblot, Monaco.

YANG Guobin, 2017, *The red guard generation and political activism in China*. Columbia University Press, New York.

ZICCARDI Giovanni, 2016, *L'odio on line: violenza verbale e ossessioni in Rete*. Raffaello Cortina editore, Milano.

ZUBOFF Shoshana, 2019, *The age of surveillance capitalism. The fight for a human future at the new frontier of power*. Public Affairs, New York.