

La *Bit Generation* si nutre e si esprime attraverso la *software culture*. I giovani, 'figli dei fiori virtuali', navigati navigatori di internet, per i quali il mutamento accelerato non è una semplice realtà, ma un dato prestabilito, sono tra i principali fruitori delle tecnologie digitali. Sempre connessi, *always on*, attraverso i nuovi strumenti interattivi i giovani comunicano, si esprimono e danno vita a linguaggi creativi e produzioni culturali inedite. Negli anni Sessanta, *Beat* esprimeva ribellione, battito, ritmo. Oggi, *Bit* è connessione, condivisione, partecipazione.

a cura di  
**Lello  
Savonardo**

# Bit Generation

**Culture giovanili, creatività  
e social media**

**FrancoAngeli**

**Media**  
**Cultura**

## Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



## Collana MediaCultura

### Responsabili di collana

*Roberta Bartoletti, Giovanni Boccia Artieri, Fausto Colombo, Franca Faccioli, Lella Mazzoli*

La collana si propone come strumento per comprendere la relazione complessa tra media e cultura. I media rappresentano un ambiente di costruzione e circolazione della cultura, e sono a loro volta modellati dalla cultura, attraverso le pratiche d'uso messe in atto dalle persone, le forme emergenti della socialità, gli immaginari costruiti socialmente e le stesse forme della conoscenza incarnata.

Si tratta di un approccio culturale ai media e alla comunicazione particolarmente sensibile all'innovazione che avviene nelle zone di confine, che contestualmente riconosce nei media un ambiente privilegiato della costruzione della cultura e della società nella tarda modernità.

Luoghi privilegiati per osservare questa relazione sono le forme dell'immaginario contemporaneo nelle sue diverse espressioni – audiovisivi, arte, teatro e performance dal vivo, narrazione, fumetto, pubblicità, comunicazione istituzionale e sociale –; la costruzione delle identità, della socialità e della socievolezza negli ambienti quotidiani e digitali; le pratiche d'uso e i rituali di consumo dove i prodotti dell'industria culturale vengono incorporati nel quotidiano; l'accoppiamento tra media e memoria nei suoi effetti sia sul piano del ricordo e dell'oblio soggettivo, sia sul piano della cultura e della società.

La collana si articola in due sezioni:

- 1. *Territori*: riflessioni scientifiche, teoriche e di ricerca, finalizzate al confronto e all'avanzamento dei saperi disciplinari.
- 2. *Percorsi*: saggistica rivolta a un pubblico non esclusivamente accademico, volta a focalizzare temi di attualità che vengono trattati e approfonditi con gli strumenti della ricerca scientifica.

I volumi pubblicati sono sottoposti a una procedura di valutazione e accettazione nota come "double-blind-peer-review" (doppio referaggio anonimo).

### Comitato Scientifico

Romana Andò, Università Sapienza di Roma; Piermarco Aroldi, Università Cattolica di Milano; Sergio Brancato, Università di Salerno; Gea Ducci, Università di Urbino Carlo Bo; Jean-Louis Fabiani, Central European University; Gino Frezza, Università di Salerno; Laura Gemini, Università di Urbino Carlo Bo; Mario Giacomarra, Università di Palermo; Guido Gili, Università del Molise; Giovannella Greco, Università della Calabria; Henry Jenkins, University of California; Giuseppe O. Longo, Università di Trieste; Giacomo Manzoli, Università di Bologna; Alberto Marinelli, Università Sapienza di Roma; Mario Morcellini, Università Sapienza di Roma; Roberta Paltrinieri, Università di Bologna; Paola Parmiggiani, Università di Bologna; Francesca Pasquali, Università di Bergamo; Gianfranco Pecchinenda, Università Federico II di Napoli; Guglielmo Pescatore, Università di Bologna; Georg Ritzer, University of Maryland; Carlo Sorrentino, Università di Firenze; Giovanni Spagnoletti, Università di Roma Tor Vergata; Nicoletta Vittadini, Università Cattolica di Milano; Giorgio Zanchini, Rai.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: *www.francoangeli.it* e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

La *Bit Generation* si nutre e si esprime attraverso la *software culture*. I giovani, ‘figli dei fiori virtuali’, navigati navigatori di internet, per i quali il mutamento accelerato non è una semplice realtà, ma un dato prestabilito, sono tra i principali fruitori delle tecnologie digitali. Sempre connessi, *always on*, attraverso i nuovi strumenti interattivi i giovani comunicano, si esprimono e danno vita a linguaggi creativi e produzioni culturali inedite. Negli anni Sessanta, *Beat* esprimeva ribellione, battito, ritmo. Oggi, *Bit* è connessione, condivisione, partecipazione.

**a cura di  
Lello  
Savonardo**

# **Bit Generation**

**Culture giovanili, creatività  
e social media**

**FrancoAngeli**

Il volume è stato pubblicato con il contributo di:



Assessorato ai Giovani  
e Politiche Giovanili,  
Creatività e Innovazione



Università degli Studi  
di Napoli Federico II  
Dipartimento di Scienze Sociali



Piano Locale Giovani

Nell'ambito delle attività svolte da:



Osservatorio territoriale giovani

Progetto grafico di copertina di Fabio Fornasari

Copyright © 2013 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.  
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. Bit Generation e culture digitali</b> , di <i>Lello Savonardo</i>	pag.	9
<b>I. Prospettive teoriche</b>		
<b>1. Creatività, culture urbane e mondi dell'arte</b> , di <i>Franco Crespi, Lello Savonardo</i>	»	37
<b>2. Culture giovanili, pop music e mass media</b> , di <i>Lello Savonardo</i>	»	52
<b>3. Being digital. Giovani, new media e istituzioni educative</b> , di <i>Annalisa Buffardi</i>	»	67
<b>4. Education overload: nuove sfide per l'apprendimento</b> , di <i>Annalisa Buffardi, Derrick de Kerckhove</i>	»	85
<b>5. Percorsi linguistici globali della Bit Generation</b> , di <i>Pietro Maturi</i>	»	100
<b>II. L'indagine empirica</b>		
<b>6. Giovani e consumi culturali a Napoli</b> , di <i>Enza Maria Paolino, Giorgina Sommonte</i>	»	113
<b>7. I giovani napoletani tra <i>digital media</i> e produzioni culturali</b> , di <i>Antonietta Bisceglia, Gabriella Punziano</i>	»	129

<b>8. Giovani e social media</b> , di <i>Dario De Notaris</i>	pag.	153
<b>9. Fermenti artistici e creatività</b> , di <i>Enza Maria Paolino</i>	»	178
<b>10. Le politiche giovanili a Napoli</b> , di <i>Domenica Coppola</i>	»	206
<b>Riferimenti bibliografici</b>	»	231
<b>Gli autori</b>	»	249

*In memoria di Antonio de Lillo e Amato Lamberti,  
tra i fondatori dell'Osservatorio Giovani*



# Introduzione

## Bit Generation e culture digitali

di *Lello Savonardo*

### 1. La *software culture*

Il testo che avete tra le mani, che state sfogliando su carta o sullo schermo del vostro tablet, presenta i risultati di una recente indagine condotta dall'Osservatorio Territoriale sui Giovani (OTG) nella città di Napoli. Partendo da riflessioni teoriche che investono il dibattito sull'universo giovanile in relazione alla produzione e alla fruizione culturale, il libro si concentra sui processi creativi, artistici e comunicativi, sulle nuove forme di socializzazione e sull'uso delle tecnologie digitali che caratterizzano le nuove generazioni.

L'Osservatorio Giovani, promosso dall'Università degli Studi di Napoli Federico II e dall'Assessorato alle Politiche Giovanili del Comune di Napoli, si propone come osservatorio permanente sulla condizione giovanile al fine di fornire gli strumenti necessari per leggere ed interpretare i bisogni, le risorse e le problematiche che abitano il territorio e di individuare strategie e possibili interventi pubblici a favore del mondo giovanile.

Le significative trasformazioni sociali ed economiche che caratterizzano la società contemporanea evidenziano la presenza di profondi processi di cambiamento che investono anche i linguaggi, i consumi, le produzioni culturali, gli atteggiamenti e i valori delle nuove generazioni. L'Osservatorio ha l'obiettivo di indagare i disagi, le devianze, i bisogni ma anche di cogliere le diverse modalità di espressione e di socializzazione dei giovani, tradizionalmente la fascia sociale più sensibile ai mutamenti della società e ai significativi cambiamenti che caratterizzano la tarda modernità.

Nel biennio 2009-2010, in intesa con il Comune di Napoli, nell'ambito del Piano Locale Giovani della Città Metropolitana e a partire dai risultati delle precedenti attività di ricerca OTG (2003-2007)<sup>1</sup>, le indagini

---

<sup>1</sup> I principali risultati delle attività di ricerca dell'Osservatorio Giovani, svolte tra il 2003 e il 2007, sono riportate in Amatore E., Savonardo L., *I giovani. La creatività come risorsa*, Guida,

dell'Osservatorio si sono concentrate sullo studio dei consumi culturali, dei linguaggi espressivi e delle culture giovanili, analizzando le profonde trasformazioni sociali connesse allo sviluppo delle tecnologie per la comunicazione<sup>2</sup>. Il contesto della ricerca è Napoli, la città più giovane d'Italia, ovvero con la più alta percentuale di giovani in rapporto alla sua popolazione complessiva.

Le produzioni e i consumi culturali dell'universo giovanile contribuiscono ai processi di costruzione sociale dell'immaginario individuale e collettivo. Lo studio del tempo libero, dei processi creativi e delle diverse forme di socialità delle nuove generazioni permette di cogliere aspetti significativi del loro universo simbolico ed espressivo e, allo stesso tempo, di leggere le dinamiche che caratterizzano la cosiddetta società dei consumi.

Inoltre, tra la fine del XX secolo e l'inizio del XXI, lo sviluppo delle tecnologie digitali ha determinato una trasformazione significativa delle categorie tradizionali del sapere e della cultura. Le nuove tecnologie hanno, infatti, riconfigurato profondamente lo scenario entro cui si diffondono i consumi e le pratiche culturali. Una riconfigurazione che ha interessato in modo rilevante le nuove generazioni, contribuendo alla definizione di inedite forme di socializzazione. I giovani anticipano i cambiamenti, li esprimono, li determinano, ne sono i principali protagonisti. Studiare le nuove generazioni e le loro modalità espressive, ci permette di leggere ed interpretare il nostro tempo, cogliendone le dinamiche e i processi più rilevanti, come quelli caratterizzati dalle recenti innovazioni tecnologiche della comunicazione e dei nuovi media.

In riferimento alle profonde trasformazioni in atto, Lev Manovich (2008), nel suo recente volume *Software culture*, sottolinea come la cultura contemporanea si esprima sempre di più attraverso software informatici che

---

Napoli 2006; e in Savonardo L., *Figli dell'incertezza. I giovani a Napoli e provincia*, Carocci, Roma 2007.

<sup>2</sup> Nel presente volume sono riportati i risultati della ricerca OTG condotta tra il 2009 e il 2010 contenuti nel Report dell'Osservatorio Giovani: Savonardo L., Caputo A. (2010) (a cura di), *Culture giovanili, social media e creatività a Napoli*, OTG - Università di Napoli Federico II - Comune di Napoli. Il team di ricerca dell'Osservatorio Giovani è costituito da: Lello Savonardo (Coordinatore scientifico), Amalia Caputo (Responsabile delle attività di ricerca), Annalisa Buffardi, Dario De Notaris, Enza Maria Paolino, Giorgia Sommonte, Antonietta Bisceglia, Gabriella Punziano. Nel Comitato Scientifico, oltre al Coordinatore e alla Responsabile delle attività di ricerca, sono presenti, tra gli altri, Enrica Amaturò e Derrick de Kerckhove. In particolare, l'Osservatorio nasce nel 2003, grazie ad un protocollo d'intesa tra l'Università degli Studi di Napoli Federico II, l'Istituto IARD - Franco Brambilla di Milano, il Comune e la Provincia di Napoli. Per un approfondimento su mission, struttura e attività dell'OTG si consiglia di consultare il sito [www.giovani.unina.it](http://www.giovani.unina.it). Si ringraziano per il sostegno alle recenti attività dell'Osservatorio, l'amministrazione comunale di Napoli, l'ex Assessore alle Politiche Giovanili Giulio Riccio e l'attuale Assessore ai Giovani Alessandra Clemente. Per l'editing del presente volume e della relativa bibliografia, si ringraziano Dario De Notaris e Enza Maria Paolino.

ci consentono di creare, riprodurre e ridefinire gli stessi oggetti culturali con i quali interagiamo nella vita quotidiana. Oggetti che ci appartengono, che condividiamo, ereditiamo e interiorizziamo. Il software – secondo Manovich – rappresenta oggi, in modo sempre più pervasivo, la nostra interfaccia con l'ambiente circostante, con gli altri, con la memoria e l'immaginazione individuale e collettiva. Un «linguaggio universale» attraverso cui il sistema sociale comunica, un «motore universale» grazie al quale il mondo si muove. I diversi sistemi della società moderna parlano linguaggi differenti e perseguono obiettivi distinti, ma tutti condividono la sintassi del software che ha permesso la nascita della società dell'informazione globale. Le diverse discipline che si occupano della società contemporanea e della cultura – da quelle umanistiche a quelle scientifiche, dagli studi sull'arte a quelli sulle tecnologie – non possono ignorare il suo ruolo e i suoi effetti. La *software culture* – continua il teorico dei new media – è una componente essenziale del vivere sociale, perché la nostra è sempre di più «una *software society* immersa in una *software culture*». I software contribuiscono a costruire le interfacce culturali e linguistiche, modellando il linguaggio e determinando nuove forme sociali di interazione. Tale costruzione investe il processo di transcodifica tra il livello informatico e quello culturale: le interfacce digitali traducono ed elaborano in *bit* – ovvero il linguaggio del computer – i prodotti culturali, per poi restituirli in forme comprensibili all'uomo secondo schemi cognitivi condivisi.

Nel gergo dei nuovi media “transcodificare” un oggetto – sottolinea Manovich (2001, trad. it. p.70) – significa tradurlo in un altro formato. La computerizzazione della cultura produce gradualmente una transcodifica analogica di tutte le categorie e di tutti gli oggetti culturali. Ciò vuol dire che le categorie e i concetti culturali vengono sostituiti, a livello di significato e/o di linguaggio, da nuove categorie e da nuovi concetti che derivano dall'ontologia, dall'epistemologia e dall'uso del computer. Dunque i nuovi media agiscono come veri e propri precursori di questo processo più generale di riconcettualizzazione culturale.

Le forme linguistiche e culturali dei nuovi media sono il risultato di una fusione tra la logica informatica del computer e il livello culturale dei contenuti mediali.

Il passaggio dai vecchi ai nuovi media, da modalità di fruizioni essenzialmente *push* a quelle tendenzialmente *pull*, è strettamente connesso, come già sosteneva Negroponte nel 1995, ad un mutamento dei processi di trasmissione del messaggio: da una modalità di comunicazione detta «da-uno-a-molti», come nel caso della televisione, ad una diffusione del tipo «da-molti-a-molti», in cui tutti possono comunicare reciprocamente, come nel Web. I nuovi media favoriscono inedite modalità di interazione tra gli individui, determinando il passaggio dai media di massa ai media personali (Pratellesi 2008).

L'utente interagisce con ambienti digitali secondo schemi concettuali che rendono l'interazione il più naturale possibile, riducendo la percezione di un'interfaccia tra l'individuo e l'oggetto culturale. Maggiori sono le azioni «naturali» che l'utente compie nell'uso dei media digitali, minore sarà la percezione stessa del medium all'interno delle pratiche di interazione con gli altri individui e la cultura. Inoltre, le tecnologie digitali sono caratterizzate dall'uso di sistemi di comunicazione fruibili in qualsiasi momento (Bettetini *et al.* 2005). I primi due aspetti appena considerati rimandano al livello di «trasparenza» del medium in quanto oggetto esterno all'uomo o integrato con le sue *routine* quotidiane. Marshall McLuhan (1964), come è noto, sostiene che le innovazioni tecnologiche della comunicazione implicano profondi mutamenti nei modelli di percezione dell'individuo, privilegiando l'uso di particolari sensi in relazione allo sviluppo di specifici media. Secondo lo studioso, il «messaggio di un medium, o di una tecnologia, è nel mutamento di proporzioni, di ritmo o di schemi che introduce nei rapporti umani» (ibidem, trad. it., p. 16). Le tecnologie della comunicazione producono, inoltre, amputazioni organiche ed estensioni sensoriali, offrendo all'organismo nuovi supporti, appendici che costituiscono una sorta di prolungamento del sistema nervoso centrale nonché protesi del corpo umano. «Le conseguenze individuali e sociali di ogni medium – sostiene il sociologo canadese – derivano dalle nuove proporzioni introdotte nelle nostre questioni personali da ognuna di tali estensioni» (ibidem, p. 15), poiché l'uso di tecnologie diverse influisce sull'organizzazione dei sensi umani. Tali teorie hanno anticipato riflessioni rilevanti che caratterizzano non solo il dibattito scientifico sui mass media, ma anche sulle tecnologie digitali e, con la diffusione dei new media, assumono significati inediti.

I giovani sono immersi nelle tecnologie digitali e si esprimono sempre di più attraverso di esse. Amato Lamberti (2004) definisce i giovani come «androidi» dal «corpo elettronico» che utilizzano le tecnologie come prolungamento dei sensi, ma anche della mente e del pensiero. Il «pensiero digitale» a cui si riferisce de Kerckhove nell'analizzare come si è trasformata la mente umana con l'uso di strumenti di comunicazione sempre più evoluti, nel passaggio da una società di massa a una società di Rete.

Derrick de Kerckhove sostiene che le tecnologie della comunicazione, «investendo il linguaggio e il modo in cui lo utilizziamo, investono anche le nostre strategie di elaborazione delle informazioni» (1991, trad. it. p. 24).

I media che caratterizzano il periodo elettronico favoriscono una nuova rivoluzione dei sensi, capovolgono le categorie lineari e creano su scala globale una nuova circolarità dai confini virtuali. Il «villaggio globale» a cui fa riferimento McLuhan è caratterizzato da quella che Ong (1982) definisce l'oralità secondaria, che deriva dall'introduzione dei mass media nelle società alfabetizzate e dal recupero della parola in forma elettronica. Nella

sua analisi, Ong si riferisce alla radio e alla televisione, mentre lo sviluppo delle tecnologie digitali introduce ciò che de Kerckhove (Buffardi 2004, p. 114) definisce «oralità terziaria», che caratterizza il mondo digitale e la Rete: «è un'oralità elettronica, come la "seconda", ma diversamente da quella si fonda sulla simulazione della sensorialità, piuttosto che sulla sua trasmissione».

Per de Kerckhove, nell'era digitale e attraverso l'oralità terziaria, l'individuo può gestire il processo conoscitivo fuori dalla mente, attraverso l'esteriorizzazione delle sue funzioni cognitive, in un percorso che rivaluta il ruolo di tutti i sensi e recupera quelli «intermedi». Piuttosto che di «oralità» si tratta, infatti, più propriamente, di una «sensorialità terziaria». Se lo schermo televisivo, caratterizzato da un rapporto frontale con il telespettatore, ha inaugurato la cultura di massa, lo schermo del computer – introducendo modalità interattive a doppio senso – ha prodotto «l'immersione totale» avviando una nuova «cultura della profondità» (Buffardi, de Kerckhove 2011).

Attraverso gli strumenti digitali si esteriorizzano la memoria, l'intelligenza, l'organizzazione del pensiero, la classificazione dei dati, il trattamento dell'informazione. Queste «funzioni cognitive esteriorizzate» operano come la mente umana, ma sono poste al di fuori di essa. Tra le diverse protesi tecnologiche degli organi umani, il computer rappresenta l'amplificazione e l'estensione della mente che produce l'esteriorizzazione, l'accelerazione e la condivisione dei processi cognitivi.

«L'esteriorizzazione dell'individuo sullo schermo – afferma de Kerckhove (Buffardi 2004, p. 111) – offre la possibilità di condividere con altre persone il contenuto cognitivo». La connessione tra i pensieri e tra le forme cognitive di diversi individui rappresenta uno degli elementi più significativi che caratterizzano la diffusione delle nuove tecnologie. Di fronte allo schermo del computer, il pensiero si esprime attraverso la condizione «connettiva» che rappresenta «la possibilità di giungere ad una elaborazione condivisa del pensiero stesso mediante una sua interpretazione esteriorizzata ed interattiva» (ivi). Il «pensiero connettivo» è, dunque, secondo de Kerckhove, il prodotto cognitivo che nasce dall'interazione tra gli individui, e come tale, esso inizia con la conversazione e caratterizza già le società orali. Attraverso i nuovi media, e in particolare mediante la Rete, tuttavia, assume modalità inedite.

La «sensorialità terziaria» è connessa alla logica dell'immediatezza e dell'ipermediazione (Bolter, Grusin 1999) delle nuove tecnologie. L'immediatezza consente all'utente di sentire che il medium è «scomparso» e che gli oggetti sono sotto i suoi occhi; una sensazione che definisce l'esperienza come «autentica». In senso epistemologico, l'ipermediazione corrisponde, invece, all'«opacità», ovvero alla consapevolezza che quella conoscenza del mondo ci perviene attraverso i media. L'esperienza del me-

dium diviene essa stessa un'esperienza della realtà. Le nuove tecnologie della comunicazione sono, inoltre, percepite come strumenti tecnologici addomesticati e perfettamente inseriti nella quotidianità delle nostre esistenze. Sin dall'avvento della rivoluzione industriale, infatti, le città hanno rappresentato il contesto principale in cui installare i media meccanici, elettrici (e, oggi, elettronici) come il cinema e la televisione. Per decenni abbiamo riempito i luoghi delle nostre città di media complementari e in concorrenza tra di loro; tali spazi hanno contribuito a rimodellare la società e sono stati, a loro volta, rimodellati dai diversi strumenti di comunicazione. Questi stessi spazi pubblici si ritrovano oggi in un diverso insieme di relazioni, costituito dalla «ri-mediazione» introdotta dalla multimedialità, dal «cyberspazio del Web» e dagli altri servizi di comunicazione propri della Rete.

Analizzando il concetto di ri-mediazione e riprendendo McLuhan, Jay D. Bolter e Richard Grusin (1999) ricordano come il contenuto di un medium sia sempre un altro medium, in particolare quello che lo precede. Secondo questa condizione, i nuovi media sono l'evoluzione dei vecchi media: ne potenziano le caratteristiche e propongono soluzione ai limiti espressi dalla tecnologia precedente. Un esempio in tal senso è rappresentato dal telefono cellulare che migliora le funzionalità di quello domestico, privandolo della necessità di essere collocato in un luogo fisso. Inoltre, il cellulare rapidamente si trasforma in un vero e proprio computer tascabile con la possibilità di riprodurre foto, suoni, musica, immagini in movimento, trasmissioni radiofoniche e televisive, raccogliendo i *bit* della Rete in un palmo di mano ed esprimendo così il principale esempio di convergenza tecnologica (Jenkins 2006). Tutti gli altri media vengono raccolti in un unico strumento «omni-mediale», aumentandone le potenzialità e annullandone i limiti spazio-temporali. Nel processo di ri-mediazione, il nuovo prodotto tecnologico si sostituisce agli altri media, permettendo agli utenti di essere sempre potenzialmente connessi al resto del mondo, in ogni luogo e in ogni momento. Di essere, dunque, *always on*. «Sempre connessi», una condizione che investe l'uomo contemporaneo e che sempre di più caratterizza le nuove generazioni, cresciute navigando in Rete, attraverso le tecnologie digitali.

Le potenzialità che tali tecnologie esprimono sono significativamente connesse ai diversi fattori culturali, sociali, economici e politici che caratterizzano i contesti di riferimento. Inoltre, le origini culturali e sociali, i livelli di istruzione dei potenziali utenti, ma anche le differenze generazionali, hanno un peso rilevante nella diffusione e nell'influenza sociale dei new media. Ad una fetta di utenti che usano i media digitali, navigano sul Web, interagiscono e creano contenuti, si affiancano individui che non accedono a tali tecnologie, per fattori economici, sociali o politici. Al diffuso *digital divide*, si aggiunge anche un *participation gap* (Jenkins 2006), ovvero la mancanza di diritti di espressione (per controlli governativi) o

l'impossibilità (per questioni economiche) di far sentire la propria "voce digitale". Tali differenze, non solo inter-generazionali ma anche e soprattutto intra-generazionali, comportano differenti livelli di partecipazione nella Rete. Alla luce di questo quadro, e al di là dell'enfasi che caratterizza le principali teorie sul Web, la metafora del «villaggio globale» di McLuhan (1964) sembra non essere definitivamente compiuta. Inoltre, così come gli studi sull'egemonia culturale e sull'influenza dei mass media hanno caratterizzato le analisi teoriche del secolo scorso, lo scenario attuale pone inediti interrogativi sulle nuove forme di potere economico, politico e sociale, connesse allo sviluppo dei new media. In tal senso, il tema del controllo, della tracciabilità di ogni nostra azione digitale, del diritto alla privacy, sempre più spesso violata, di una pseudo libertà di "accesso" ai saperi, alle conoscenze, alle informazioni - che si accompagna ad una costante "sorveglianza" da parte di chi gestisce i dati digitali, siano soggetti privati o governativi - apre interrogativi inquietanti e complessi che, per ovvi motivi, non è possibile approfondire in questa sede.

In ogni caso, i giovanissimi, i cosiddetti nativi digitali sono tendenzialmente tra i principali fruitori delle nuove tecnologie. Navigano, creano, comunicano, si esprimono, danno vita a produzioni culturali inedite che si nutrono - anche inconsapevolmente - di passato, presente e "futuro", attraverso i nuovi strumenti interattivi. I «figli dei fiori virtuali», navigati navigatori di Internet, per i quali il «mutamento accelerato» non è una semplice realtà, ma un dato prestabilito, non una caratteristica dei tempi, ma una condizione fondamentale di vita, sembrano conoscere bene tali strumenti tecnologici e le diverse opportunità offerte dalla Rete, anche se talvolta ne ignorano i rischi. Inoltre, attraverso l'uso dei social media, i giovani, e non solo, vivono l'esperienza quotidiana sovrapponendo e "confondendo" la dimensione pubblica con quella privata, e viceversa, in un continuo gioco di rimandi e intersezioni costanti.

In questo senso la Rete - sottolinea Giovanni Boccia Artieri (2012, p.13) - rappresenta un dispositivo culturale che incorpora una duplice prospettiva: una tensione fra pubblico e privato non dicotomica e al contempo un nuovo soggetto 'pubblico' che produce, distribuisce e consuma con la consapevolezza di essere pubblico in pubblico. Con la consapevolezza cioè di trovarsi in un ambiente in cui i legami, le relazioni e la possibilità di rivolgersi ad un pubblico indistinto si intrecciano in una nuova commistione che produce modi rilevanti di rappresentare pubblicamente la propria sfera (di interesse, motivazioni, pulsioni, ecc).

Le nuove tecnologie digitali e il loro utilizzo sembrano mettere in discussione le categorie classiche con cui interpretiamo il mondo. Cambiano le nostre *routine* e le modalità di interazione nel quotidiano, in cui la sfera

privata si confonde sempre di più con quella pubblica e le dimensioni tradizionali di spazio e di tempo sembrano entrare in crisi.

Un esempio, in tal senso, è dato dallo sviluppo delle tecnologie di produzione e fruizione musicale, anche in relazione alle nostre personali mediateche. Grazie a YouTube, il computer di casa si trasforma in un *video-jukebox* di ricordi, in uno spazio digitale condiviso, pubblico, memoria culturale e musicale sempre accessibile e fruibile a tutti. Il nostro personale archivio sonoro - composto da dischi in vinile, audiocassette, cd, videocassette musicali - si arricchisce dei file disponibili in Rete, finestra sul mondo e prolungamento dei nostri sensi, sempre più connessi ad altri occhi, altre orecchie, altre memorie. Con le tecnologie digitali e il *file sharing*, ognuno di noi può personalizzare e arricchire la propria mediateca domestica secondo i propri gusti e preferenze. Tuttavia, il processo di personalizzazione dell'ascolto non appartiene originariamente alla cultura digitale, ma è riconducibile ai *mix tape* dell'era analogica, in particolare, da quando la musica è divenuta un bene domestico e la tecnologia ha consentito agli utenti di registrarla, grazie alle tradizionali audiocassette.

La creazione dei *mix tape*, delle *compilation* registrate su nastro magnetico, così come la memorizzazione di determinati file su un lettore mp3, risponde ad una logica di personalizzazione che caratterizza in modo rilevante la cultura del consumo contemporaneo. Una pratica che mette in evidenza il ruolo della musica come narrazione, individuale e sociale. La musica narra gli amori, i dolori, gli entusiasmi, le delusioni, le passioni, l'impegno politico, l'effervescenza collettiva di momenti storici e culturali significativi, vissuti sulla «propria pelle», anche attraverso il suono e le parole di determinate canzoni. Versi e musiche che hanno accompagnato intere generazioni e che, in particolare, hanno rappresentato la colonna sonora dei movimenti culturali giovanili degli ultimi sessant'anni, dall'avvento della musica Rock ad oggi. Percorsi sonori, tracce di vita.

Il *mix tape*, sostituito oggi dalle *playlist* digitali, mette in scena una particolare combinazione di prodotti culturali e di esperienze biografiche. Una pratica che sottolinea come nella contemporaneità una delle funzioni primarie del materiale estetico consista proprio nell'incessante composizione e ricomposizione delle identità individuali e collettive. Secondo Thurston Moore (2004, trad. it. p. 35), un *mix tape* rappresenta una particolare «forma di poesia. Il nuovo poeta raccoglie e ricompon» ricordi, esperienze vissute, frammenti di memoria, mettendo in scena la sua stessa identità.

Le audiocassette e i relativi registratori portatili hanno favorito altre significative trasformazioni, rendendo «mobili» i consumatori di musica. Il walkman, antenato dei moderni lettori mp3, rivoluziona, infatti, le tradizionali modalità di fruizione musicale. «Il walkman costituisce – secondo Bull e Back (2003, trad. it. p.16) – l'emblema delle tecnologie urbane di personalizzazione, dal momento che consente agli utenti di costruire il proprio

mondo sonoro individualizzato ovunque vadano. L'esperienza viene estetizzata e il mondo diventa ciò che l'utente vuole che sia». Lo spazio pubblico, la metropoli si trasformano in uno spazio intimo, individuale e, allo stesso tempo, collettivo e condiviso. Cambia l'esperienza quotidiana dei centri urbani: camminare per la città al suono della musica, attraverso le cuffie del walkman o dell'iPod crea nuovi territori sonori. Scenari visivi che si nutrono di un ascolto mobile e una colonna sonora che accompagna il movimento, il passaggio. Mentre il corpo si muove in sintonia con la musica, l'individuo trasforma lo scenario pubblico, fornendo nuovi suoni al contesto urbano e colori inediti al paesaggio sonoro. L'utente dell'iPod modifica la struttura territoriale della città, in un doppio movimento di «de-territorializzazione e riterritorializzazione». Attraverso i suoi percorsi, crea nuove soglie, nodi e configurazioni.

Il walkman, l'iPod, come la Rete o l'autoradio della macchina - estensione tecnologica dell'automobilista e metafora della casa in movimento - trasferiscono la dimensione privata, domestica, in un contesto «altro», riversando contemporaneamente i suoni del «mondo» nel privato. «Nel contempo il telefono cellulare offre i suoni dell'intimità ovunque si trovi l'utente. Il suono trasforma lo spazio pubblico in proprietà privata. Casa mia è dove sono i miei suoni!» (ivi). Le nuove generazioni, come vedremo di seguito, sono immerse nei suoni - e nelle "suonerie" - del telefono cellulare, che li raggiunge in qualsiasi momento e luogo, e della Rete di cui si nutrono costantemente.

## **2. I giovani e il mutamento**

Le trasformazioni che caratterizzano le tecnologie della comunicazione influenzano, in modo rilevante, le forme di socializzazione, i consumi e gli stili di vita delle nuove generazioni, incidendo significativamente sulle dinamiche sociali che investono l'universo giovanile.

Molteplici sono le definizioni attribuite alle "giovani" generazioni, in relazioni ai momenti storici, sociali e culturali, al consumo di specifiche tecnologie o in riferimento a particolari strategie di marketing: Generazione X, Y, MTV/C/Net Generation, Nativi digitali, solo per citarne alcune. Tuttavia, in accordo con Fausto Colombo (2012, pp. 19-20) che, in collaborazione con Giovanni Boccia Artieri ed altri colleghi, ha pubblicato un approfondimento sul rapporto tra media e generazioni in Italia, «molte delle definizioni o etichette del marketing generazionale - pur essendo utili a porre la questione del ruolo dei media nella costruzione delle varie generazioni - sono spesso molto semplificatorie, e devono essere prese dalla sociologia più come uno stimolo che come vere e proprie categorie interpretative».

La complessità dei molteplici fattori che incidono e intervengono nella costruzione delle esperienze e delle identità delle diverse generazioni non deve, infatti, essere ridimensionata da eventuali approcci deterministici e definitivi. È necessario tenere conto della dialettica e della reciproca influenza dei diversi elementi che entrano in gioco, al fine di poter cogliere nelle sue diverse dimensioni l'universo giovanile.

Consapevoli dei limiti che le definizioni e le semplificazioni determinano, in questo volume si utilizza, in modo non certamente esaustivo, l'espressione *Bit Generation* per richiamare quel mondo giovanile che si nutre e si esprime tendenzialmente attraverso la «*software culture*» (Manovich 2008), immerso nella «sensorialità terziaria» e in quel «pensiero connettivo» e ipertestuale (de Kerckhove 1997; 2001; 2004) che caratterizza l'esperienza digitale. In quest'ottica, non ci siamo chiesti, parafrasando banalmente due saggi che hanno caratterizzato il recente dibattito, «se Internet ci rende stupidi» (Carr 2010) o «perché la Rete ci rende intelligenti» (Rheingold 2012), ma piuttosto quali siano le «influenze» (Lévy 1997) - più che l'impatto - delle tecnologie digitali sulle diverse forme di comunicazione, socializzazione, consumo e produzione culturale giovanile. Tale termine è stato scelto, inoltre, anche per l'esplicito richiamo alla *Beat Generation*, il movimento artistico letterario e musicale che si è sviluppato tra gli anni Cinquanta e Sessanta negli Stati Uniti. Un movimento che ha contribuito a determinare forme espressive, culturali, sociali e politiche caratterizzanti l'universo giovanile di quegli anni, influenzando in modo significativo le generazioni successive e il dibattito sociologico sui giovani.

*Beat* era ribellione, battito, ritmo. Quello della musica jazz, del be-bop, della cadenza dei versi nelle poesie. *Beat* era la scoperta di se stessi, della vita *on the road*, della libertà sessuale, della droga, dei valori umani, della coscienza collettiva. Oggi, *Bit* è connessione, condivisione, partecipazione.

Lo sviluppo dei mass media, come vedremo nel secondo capitolo, ha svolto un ruolo determinante nella diffusione delle culture e dei movimenti giovanili. Basti pensare all'importanza che hanno assunto, sin dalla seconda metà del secolo scorso, i processi di produzione e di fruizione musicale di massa nella costruzione dell'immaginario individuale e collettivo, con particolare riferimento alle giovani generazioni. I concerti di musica pop hanno rappresentato, sempre di più, grazie al crescente sviluppo dei mezzi di comunicazione, veri e propri rituali collettivi a carattere internazionale (dalle prime esibizioni di Elvis o dei Beatles ai più recenti fenomeni di divismo espressi da Madonna, Michael Jackson o Lady Gaga), inoltre, le diverse espressioni musicali hanno spesso assunto valori politici e sociali ispirati ad una nuova solidarietà. Si pensi, in tal senso, ai concerti a favore dei paesi in via di sviluppo, come il Live Aid del 1985, promosso dall'artista Bob Geldof, o a quelli per la salvaguardia dell'ambiente, come il Live Heart del 2007, ideato da Al Gore, ex vice presidente degli Stati

Uniti, e infine, alle diverse forme di solidarietà del mondo della musica a favore delle popolazioni colpite da calamità naturali, come il concerto di Campovolo del 2012 promosso da Luciano Ligabue per i terremotati dell'Emilia Romagna, solo per fare alcuni esempi.

I movimenti giovanili, a partire dagli anni Sessanta, sono quasi sempre stati accompagnati anche da un significativo impegno sociale e civile. Tuttavia, proprio in riferimento alla partecipazione politica, negli ultimi decenni, i giovani sembrano aver smarrito la loro soggettività sociale e politica, richiamando sempre di più quella che Ilvo Diamanti (1999) definisce la «generazione invisibile», ovvero una generazione difficilmente collocabile da un punto di vista sociale e apparentemente molto distante dagli scenari della partecipazione politica giovanile del Sessantotto. I giovani appaiono ripiegati su loro stessi, meno idealisti, pronti a individuare strategie di adattamento a una società sempre più frammentata e caratterizzata da una crisi economica e sociale globale. Le nuove generazioni si ritrovano travolte da un processo di trasformazione che coinvolge la società, i modelli di comportamento e la sfera dei valori e delle ideologie – e quindi della politica – una trasformazione che cala i giovani in una condizione di isolamento, disorientamento e di incertezza e che li spinge a prendere le distanze dalla politica tradizionale che non riesce a rappresentare adeguatamente le loro istanze.

Tali considerazioni andrebbero inquadrare in una riflessione più ampia che tenga conto della complessità dei fattori che caratterizzano l'universo giovanile, anche in relazione allo sviluppo delle tecnologie della comunicazione e della crisi delle forme tradizionali di partecipazione. I più recenti studi politologici, le ultime indagini dell'OTG (Savonardo 2007), ma anche le nuove forme di protesta e dissenso giovanile, dimostrano come la disaffezione verso la politica non corrisponde necessariamente ad un disinteresse verso l'impegno civile. La socializzazione politica – che determina non solo processi di costruzione individuale di un'identità civica, ma permette alla cultura politica democratica di riprodursi – passa attraverso nuove forme di azione collettiva che contengono, nel loro insieme, una certa dose di impegno “politico” e che gli studiosi ormai definiscono “partecipazione non convenzionale” nelle sue forme moderate e/o radicali.

Secondo Ulrich Beck (1986), si assiste a un'apertura dei confini della politica, una sorta di migrazione di quest'ultima dagli ambiti istituzionali ad altri settori non direttamente ad essa connessi, uno spostamento dell'attenzione dei giovani dal contenuto ideologico alle pratiche quotidiane. Sarebbe opportuno chiedersi se realmente si possa parlare di una “generazione invisibile”, ripiegata sulla propria soggettività, o piuttosto di una generazione che ha spostato altrove i propri interessi, quelli che, attraverso percorsi inediti, formano e strutturano l'identità sociale (Caputo 2007). Inoltre, cambiano velocemente i linguaggi, le modalità di espressione e di