

Antonella Napoli

GENERAZIONI ONLINE

Processi di ri-mediazione
identitaria e relazionale
nelle pratiche comunicative
web-based

Prefazione di *Diana Salzano*

Scienze della comunicazione

Collana diretta
da Mario Morcellini
e Marino Livolsi

FrancoAngeli

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.



Scienze della Comunicazione
Collana diretta da Marino Livolsi e Mario Morcellini

Comitato scientifico:

Guido Gili (Presidente, Università del Molise);
Erica Antonini (Sapienza Università di Roma);
Massimo Arcangeli (Università di Cagliari);
Antonietta Censi (Sapienza Università di Roma);
Maurizio Ciaschini (Università di Macerata);
Peter Dahlgren (Lund University);
Luciano D'Amico (Università di Teramo);
Franca Faccioli (Sapienza Università di Roma);
Mario Giacomarra (Università di Palermo);
Rolando Marini (Università per Stranieri di Perugia);
Alberto Mattiacci (Sapienza Università di Roma);
Paolo Nepi (Università Roma Tre);
Gianfranco Pecchinenda (Università di Napoli "Federico II");
John B. Thompson (University of Cambridge);
Luca Toschi (Università di Firenze);
José Miguel Túñez López (Università Santiago de Compostela).

Comitato editoriale: Laura Minestrone (Sapienza Università di Roma), Paola Panarese (Sapienza Università di Roma), Valentina Martino (Sapienza Università di Roma).

Cosa cambia nella Comunicazione, e cioè nella dimensione industriale e sociale di Media e tecnologie? L'obiettivo della collana è rispondere, da diverse angolazioni scientifiche, a questa radicale domanda, enfatizzando una lettura sociologica dei diversi fenomeni della cultura, con particolare riferimento ai processi comunicativi e alle dinamiche media/industria culturale, a quelle della socializzazione, della formazione e dell'informazione fino all'impatto sociale dei mass media, dei *new media*, delle tecnologie avanzate e della pubblicità.

Rivolta agli studenti nelle discipline delle scienze sociali e della comunicazione e agli operatori del settore, la collana si articola in due sezioni, "Saggi" (riflessioni dedicate a fenomeni o temi di interesse generale) e "Ricerche" (studi sul campo dedicati a casi concreti o tematiche applicative).

I volumi pubblicati sono preventivamente sottoposti alla revisione di almeno due *referees* anonimi.

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.

Antonella Napoli

GENERAZIONI ONLINE

Processi di ri-mediazione
identitaria e relazionale
nelle pratiche comunicative
web-based

Prefazione di *Diana Salzano*

FrancoAngeli

Copyright © 2015 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.

Indice

Prefazione di Diana Salzano	pag.	9
Introduzione	»	13
1. Generazioni e media	»	17
1. Per una sociologia delle generazioni	»	17
1.1. Generazione, coorte, corso di vita	»	29
2. Media e percorsi di <i>identizzazione</i>	»	33
2.1. Identità e generazioni	»	33
2.2. Identità generazionale e media	»	42
3. Social web <i>domestication</i> : prospettive generazionali	»	47
2. Computer-Mediated Communication e “stati di connessione”	»	53
1. Di metafora in metafora: la comunicazione mediata interpersonale e le tre età della rete	»	53
1.1. Internet come canale	»	54
1.2. Internet come luogo	»	65
1.3. Internet come artefatto culturale	»	71
2. Audience Studies e Internet Studies: intersezioni	»	75
3. La “quarta età della rete”: modalità <i>connesse</i> di comunicazione	»	78
3.1. I nuovi pubblici	»	79
3.2. Le nuove pratiche	»	83
3. Linee di ricerca: social web, pratiche comunicative e generazioni	»	91
1. L’identificazione delle generazioni e la segmentazione in coorti	»	91

2. Il processo di costruzione dell'appartenenza generazionale	pag.	94
2.1. Semantiche generazionali	»	98
2.2. <i>We sense</i> e repertori mediali	»	104
3. Web sociale e <i>ri-mediazioni</i> categoriali: la riflessività, lo spazio, la memoria	»	109
3.1. La riflessività	»	110
3.1.1. Il progetto <i>enunciazione</i> : l'autonarrazione e l'audience immaginata	»	113
3.1.2. La riflessività connessa	»	120
3.1.3. La <i>ri-mediazione</i> identitaria ovvero il <i>lifting</i> dell'identità	»	124
3.1.4. L'intimità digitale	»	128
3.1.5. Occasioni di <i>ri-mediazione</i> del ruolo genitoriale	»	132
3.2. Lo spazio	»	133
3.2.1. La condivisione intra e intergenerazionale degli ambienti sociali di rete	»	134
3.2.2. La propria 'posizione' nello 'spazio generazionale'	»	138
3.3. La memoria	»	140
3.3.1. Il ruolo del social web nel rafforzamento del <i>we sense</i> e della coesione generazionale	»	145
3.3.2. Repertori e ricadute cross-generazionali	»	
Conclusioni	»	147
Riferimenti bibliografici	»	151

*A mia madre e mio padre
sine quibus non*

Prefazione

di Diana Salzano

Il testo di Antonella Napoli analizza le pratiche comunicative e di consumo del social web alla luce dell'approccio della sociologia delle generazioni. L'autrice, con puntualità e intelligenza critica, esamina le abitudini di fruizione della Rete in un'ottica multidimensionale e lontana da prospettive deterministiche, considerando, oltre ai fattori "di contesto" di ordine storico ed economico, altri importanti aspetti: la dieta mediale, la posizione dei soggetti nel corso di vita, le narrazioni e i valori condivisi dai membri di una stessa generazione, le fasi di sviluppo del sistema mediale, l'evoluzione tecnologica e i cambiamenti culturali.

Una volta definito il concetto di generazione, ella si chiede che tipo di rapporto e quali reciproche influenze esistano tra l'appartenenza generazionale e le pratiche comunicative *web based*, aprendo a raggiera una serie di quesiti ai quali, nel suo volume, cerca brillantemente di rispondere: che ruolo gioca il social web nel processo di costruzione del *we sense* generazionale e nella sedimentazione di una semantica e di una memoria condivisa? Che importanza ha l'appartenenza generazionale nel determinare le pratiche riflessive amplificate dalle potenzialità del social web e nella costruzione della propria *personae* on line?

Partendo da una dettagliata ricostruzione della ricerca sulla *Computer Mediated Communication* e approdando ai più recenti approcci teorici in tema di *Audience* ed *Internet Studies*, l'autrice edifica l'impianto teorico del suo libro intorno alle macro categorie concettuali della *costruzione identitaria tra on line e off line*, della *riflessività*, dello *spazio sociale* e della *memoria*.

Le quattro grandi matrici teoriche diventano dunque protagoniste di una ricerca qualitativa che coinvolge maschi e femmine appartenenti a quattro diverse generazioni di utenti.

Alla luce dei recenti studi sui pubblici connessi, Antonella Napoli indaga le pratiche di socializzazione e comunicazione *web based* e le relazioni inter ed intra generazionali.

Nonostante il concetto di generazione risulti ancora controverso e il pa-

radigma generazionale si presenti non scevro da rischi epistemologici e metodologici, l'autrice, attraverso una rigorosa ricognizione teorica e l'adozione di un chiaro impianto di ricerca, riesce a raccontare contemporaneamente molteplici dimensioni del fenomeno oggetto di studio: il corso di vita, le relazioni intergenerazionali, le caratteristiche del contesto e quelle del consumo mediale.

Come si argomenta nel volume, i media giocano un indiscusso ruolo nella sedimentazione di una memoria collettiva che alimenta il *we sense* generazionale, consentendo una stratificazione di esperienze, eventi e materiali simbolici. Antonella Napoli tenta di recuperare i repertori e i prodotti culturali che hanno contribuito, e contribuiscono, alla costruzione dell'identità di ciascuna generazione presa in esame.

Attraverso i loro repertori simbolici, i media imprimono tracce nell'identità e nella biografia dei pubblici. Se tali repertori, nel caso dei media analogici, funzionano soprattutto come qualcosa che è stratificato nel ricordo, ponendosi come risorsa per rielaborare il ricordo stesso o riflettere sulle esperienze contemporanee, la relazione si complica e si problematizza quando i media diventano *social* e si fanno, come nel caso dei social network, essi stessi *pubblici* (boyd, 2007).

I social media consentono una compresenza e una replicabilità infinita di materiale mnestico, fungendo, come sottolinea l'autrice, da memoria esterna all'immaginario collettivo e offrono, a tutte le generazioni contemporaneamente, repertori che nel passato tracciavano e rappresentavano i confini generazionali: ciascuna generazione può attingere ora allo stesso materiale simbolico che perde pertanto una connotazione generazionale e si offre a processi di *rimediazione* generazionalmente caratterizzati.

Anche la categoria di *spazio sociale* subisce una trasformazione: il web 2.0 permette di condividere materiali, repertori e pratiche senza dover rispettare i tradizionali confini nazionali e linguistici e sovvertendo anche il concetto di "cultura di nicchia".

Gli ambiente *on line* permettono inoltre un rafforzamento dei legami, anche cross-generazionali, e una ri-configurazione dell'identità generazionale. Il social web, infatti, può favorire nuove forme comunicative intergenerazionali, dal momento che si impone come contesto di connessione quotidiano in cui i pubblici connessi comunicano, si relazionano, manipolano informazioni e contenuti e si autorappresentano.

In un'ottica generazionale, lo spazio *on line* diventa dunque il contesto in cui poter tematizzare e co-costruire repertori condivisi che finiscono con l'avere ricadute sulla vita online e su quella offline.

Infine, l'autrice analizza i cambiamenti della categoria della *riflessività* indagata attraverso diverse macroaree: il progetto *enunciazionale*: l'auto-

narrazione e l'audience immaginata, la riflessività connessa, la ri-mediazione identitaria ovvero il *lifting* dell'identità, l'intimità digitale e le occasioni di ri-mediazione del ruolo genitoriale.

Dalla ricerca emerge un rafforzamento della riflessività, sia nella sua dimensione individuale che connessa. Il web sociale, in quanto dispositivo culturale in grado di innescare meccanismi di auto osservazione, consente la nascita di auto-presentazioni e narrazioni e un aumento di visibilità sociale nei confronti dell'Altro.

Il social web permette dunque di testualizzare la propria vita, raccontarla e interpretarla alla luce di nuovi *frame* chiarificatori.

L'attività di *sharing* diventa compresente nelle pratiche di vita quotidiana, complessificate dalle risorse metacomunicative che si dispiegano nel social web e dalla riconfigurazione della propria posizione nella Rete, dalle relazioni tra pari e con le altre generazioni.

La perizia dell'autrice nel ricostruire gli snodi teorici più importanti del rapporto tra le audience generazionalmente identificate e il social web, l'attenzione metodologica e l'originalità interpretativa valorizzano un tema caro alla tradizione della sociologia dei media quale quello del rapporto tra diverse generazioni di utenti e le pratiche di consumo mediale. Antonella Napoli in questo suo primo libro dà prova di maturità teorica e di agilità nella ricerca sul campo, incrociando con destrezza variabili significative del consumo della rete e producendo risultati innovativi che apportano un originale contributo ai saperi accademici ascrivibili all'ambito degli *internet studies*.

Introduzione

Questo libro descrive le emergenze di una ricerca qualitativa condotta tra maschi e femmine membri di quattro diverse generazioni, con la curiosità e l'ambizione di indagare il rapporto e le reciproche influenze tra l'appartenenza generazionale e le pratiche comunicative e di consumo del social web. I risultati raccontati in queste pagine sono stati ottenuti attraverso il ricorso a due metodi: l'etnografia digitale — con l'osservazione di molti ambienti online, soprattutto siti di social network, blog, forum di discussione e piattaforme che raccolgono recensioni degli utenti — e i focus group durante i quali sono stati sviluppati *insight* emersi nella fase *desk* della ricerca. Il campione indagato è rappresentato da maschi e femmine *heavy user*¹ della rete appartenenti a quattro coorti generazionali: quella dei Baby Boomer, quella della Generazione X, quella della Generazione Y e quella della Generazione Z². Dalla ricerca sono emerse alcune tendenze che, senza alcuna pretesa di esaustività di tipo statistico, si allineano e confermano le principali riflessioni teoriche degli approcci contemporanei di cui si tratterà nel corso del libro; nondimeno, il lavoro sul campo ha permesso di evidenziare elementi che possono offrire nuovi spunti alla discussione.

Sullo sfondo delle relazioni tra generazioni e social web, la ricerca ha delineato, tramite le parole dei protagonisti, le modalità di *identificazione*³ (Melucci, 1991) attraverso le pratiche web-based nonché aspetti del processo di costruzione e ri-configurazione dell'identità generazionale. Le coorti indaga-

¹ Come sarà descritto nel corso del volume (cfr. in particolare cap.3, §1), il concetto di *heavy user* fa riferimento alle pratiche di consumo della rete osservate in base alla durata dell'esperienza (da quanto tempo si va online) e alla frequenza d'uso.

² Cfr. *infra*, cap.3, per una dettagliata descrizione delle coorti generazionali.

³ Come noto, Melucci usa tale termine per sottolineare la valenza processuale e relazionale della costruzione identitaria, allontanando in tal modo l'idea di un'identità sostanziale. Cfr. a tal proposito anche Pecchinenda (2008, 2015). Il concetto sarà ripreso *infra*, cap.1, §2.

te sono state messe a confronto anche in relazione alle pratiche di socializzazione e comunicazione alla luce delle recenti posizioni teoriche sulle caratteristiche dei nuovi pubblici connessi. Anche l'aspetto relazionale è stato oggetto di indagine, colto nelle sue implicazioni peer to peer e cross-generazionali e raccontato attraverso gli stralci più significativi di conversazione.

La complessità del fenomeno e le insidie insite nell'adozione del paradigma generazionale sono stati ben chiari lungo tutto lo sviluppo del lavoro di ricerca che è presentato in queste pagine: il concetto stesso di generazione è ancora controverso, come è d'altronde problematico identificare chiaramente quali siano le caratteristiche o gli atteggiamenti che possano essere considerati rappresentativi di una generazione. Lo stesso ordine generazionale con la trasmissione culturale tra una generazione e l'altra è spesso rinegoziato, tanto che alcuni autori parlano anche di auto-socializzazione e di socializzazione al contrario (Hoikkala, 2004). Si è tuttavia cercato attraverso la ricerca, nel rigore del metodo e con l'appoggio di una ormai cospicua letteratura scientifica, di arginare la fluidità dell'appartenenza generazionale indagandone — con un approccio *multidimensionale* — le specificità in rapporto all'uso dei social media e alle pratiche comunicative web-based. Nel solco di molte ricerche condotte nell'ambito dell'OssCom dell'Università Cattolica di Milano — attraverso le quali si è osservato il rapporto tra media e appartenenza generazionale — il presente lavoro si focalizza dunque sul ruolo del social web, soffermandosi soprattutto sulle ricadute in termini di relazioni cross-generazionali e di rinegoziazione degli spazi e dei materiali simbolici che sedimentano la semantica generazionale⁴. Una chiave di lettura che si è infatti adottata è stata quella di indagare le pratiche nel contesto delle generazioni 'temporalmente compresenti' (Donati, 1997) evidenziando le peculiarità di ciascun gruppo generazionale — ma enfatizzando al contempo le relazioni intergenerazionali — partendo dalla convinzione che la *generazionalità* emerga principalmente dal raffronto con le altre generazioni coesistenti.

Accanto all'approccio generazionale — i cui principali contributi teorici sono argomentati nel corso del primo capitolo — il percorso di ricerca intercetta altri temi importanti, affrontati nel secondo capitolo del libro, come l'emergenza dei nuovi pubblici, la ricognizione della teoria sociale che si è occupata della comunicazione mediata dal computer, l'incorporazione dei social media all'interno delle pratiche quotidiane. La ricerca sul campo, infine, è sorretta dalla costruzione di alcuni indicatori semantici che fanno capo a tre categorie principali: quella della riflessività, quella dello spazio e quella della

⁴ Il concetto di semantica generazionale (Corsten, 1999) sarà oggetto di approfondimenti nel corso del presente volume. Esso fa riferimento all'insieme di argomenti, temi, modelli interpretativi, strumenti linguistici e criteri di valutazione attraverso i quali è possibile trasformare l'esperienza condivisa in un discorso generazionale.

memoria. Il terzo capitolo affronta proprio i cambiamenti in ordine a queste tre categorie epistemologiche che si registrano nell’impatto con i social media. Per ciò che concerne la riflessività, ad esempio, i social media si configurano come dispositivi culturali che innescano meccanismi di auto-osservazione, consentendo pertanto un fiorire di auto-presentazioni e narrazioni e un aumento di visibilità sociale. Attraverso le pratiche comunicative web-based i soggetti trovano l’occasione di riflettere sulle caratteristiche dell’identità generazionale, costruendola o ri-configurandola alla luce, però, di nuovi scambi cross-generazionali. D’altro canto, il *we sense*⁵ generazionale si rafforza anche attraverso discorsi, repertori e narrazioni che i media digitali contribuiscono a sedimentare, incidendo pertanto sulla categoria della memoria. Il social web si propone dunque come ‘memoria esterna’ dell’immaginario collettivo, mettendo a disposizione di qualsiasi generazione, contemporaneamente, repertori che prima tracciavano e rappresentavano dei chiari confini generazionali: spesso i materiali e i repertori simbolici perdono una netta connotazione generazionale o più probabilmente sono ri-appropriati e ri-mediati da ogni nuova generazione. Infine — come è emerso indagando la categoria dello spazio — il social web consente la condivisione di materiali, repertori e pratiche senza il vincolo dei tradizionali confini sociali: in tal modo l’ambiente online permette un rafforzamento dei legami, con ripercussioni anche cross-generazionali, e una ri-configurazione dell’identità generazionale.

Ringraziamenti

Nello scrivere questo libro ho avuto la fortuna di poter contare sull’affetto e il sostegno di moltissime persone: a tutte loro va il mio più sincero ringraziamento.

Indispensabile è stato l’aiuto di Diana Salzano, che mi ha onorata della Prefazione a questo volume. Mentore di grande valore, Diana Salzano ha sempre seguito con attenzione e competenza tutti i miei passi nella costruzione di un percorso scientifico, correggendo gli errori e sostenendomi nelle difficoltà, ed è per me, prima di tutto, un’amica preziosa, coraggiosa e insostituibile.

Un ringraziamento va anche al gruppo del Centro studi “Media, Comunicazione, Società” dell’Università di Salerno per il clima amichevole e se-

⁵ Anche sul *we sense* si tornerà a lungo nei prossimi capitoli. Corsten (*op. cit.*) descrive il *we sense* come un’attitudine riflessiva dei membri appartenenti a una generazione, il loro avere qualcosa in comune e contestualmente condividere la consapevolezza di avere qualcosa in comune (*ivi*, p.258).

reno che sa garantire e che ha fatto da sfondo al mio lavoro.

In particolare ringrazio Gino Frezza per il suo sostegno e la sua guida; Alfonso Amendola, per la sua capacità di fare squadra e la sua passione contagiosa; Mario Tirino, per le lunghe e interessanti chiacchierate che mi aiutano a sciogliere non pochi dubbi e ad approfondire il mio lavoro; Felice Addeo, per il supporto metodologico offerto con grande generosità.

La mia riconoscenza va anche ad Annibale Elia, Direttore del Dipartimento di Scienze Politiche, Sociali e della Comunicazione che ha approvato la mia ricerca sostenendola finanziariamente.

Grazie inoltre a Mario Monteleone per l'appoggio che mi ha sempre garantito e a Federica Marano per i suoi consigli essenziali e per la sua splendida amicizia.

Questo lavoro si è arricchito anche del confronto con studiosi con cui ho avuto la fortuna di interfacciarmi, a vario titolo, nel corso della ricerca. In particolare ad Andra Siibak, Göran Bolin, Pille Pruulmann-Vengerfeldt, Fausto Colombo, Piermarco Aroldi, Nicoletta Vittadini e Francesca Passignani va il mio grazie per i preziosi suggerimenti.

Ringrazio inoltre tutte le persone che mi hanno aiutato nell'organizzazione della fase *field* della ricerca: in particolare la mia cara amica Carla Gallo, ed inoltre Paola Petroni, Rossella Benivento e Antonella De Martino. Grazie per l'aiuto anche ad Anna Grillo e Natasha Aryasova.

Infine, grazie a Carlo che mi ha suggerito il percorso da seguire, sperando che al prossimo bivio importante possa farsi trovare ancora lì, con lo stesso intuito e la stessa lungimiranza. E grazie alla mia famiglia, in particolare a mia madre e mio padre, cui questo libro è dedicato. Il loro incoraggiamento, la loro presenza e il loro sostegno sono stati fondamentali per la realizzazione di questo progetto. Da loro attingo la forza per credere in questo lavoro e andare avanti.

1. Generazioni e media

1. Per una sociologia delle generazioni

Come vi descrivereste? Voi siete la generazione... (conduttore del focus)¹

di quelli che sono rimasti fuori da tutto...cioè...non abbiamo fatto il 68 perché eravamo piccolini, non siamo stati paninari perché eravamo troppo grandi...cioè, la nostra generazione, se deve essere caratterizzata da qualcosa, non lo trovi...siamo venuti dopo il 68, quindi non siamo stati sessantottini...giusto? Poi c'è stata che so la generazione di paninari...gli yuppies... la nostra invece è stata una generazione un po' sfigata da questo punto di vista...la generazione del passaggio dal gettone al cellulare...sai, proprio una generazione di passaggio, anonima [...] (Enzo, Baby Boomer, 51 anni).

della libertà, del progresso, della rottura rispetto al passato, della più grande scissione culturale, delle conquiste sociali che oggi sono messe di nuovo in discussione... del potere alle donne (Lydia, Baby Boomer, 61 anni).

ci pensiamo in termini di *stato* (Ferdinando, *early* Generazione Z, 17 anni).

siamo superficiali e troppo attenti all'apparenza (Francesca, *middle* Generazione Z, 15 anni).

siamo quelli che sono immersi... in un vuoto... perché secondo me... i ragazzi non trovano un limite a ciò che potrebbero fare... perché la tecnologia non ha frontiere [...] (Giovanni, *early* Generazione Z, 18 anni).

¹ Questi che seguono sono stralci dai focus group condotti tra maschi e femmine appartenenti a quattro generazioni (Baby Boomer, con nati tra il 1953 e il 1965, Generazione X, con nati tra il 1966 e il 1978, Generazione Y, con nati tra il 1979 e il 1991, Generazione Z con nati tra il 1992 e il 2004). Cfr. *infra* il cap.3 per la descrizione delle coorti generazionali e per un approfondimento sulla ricerca e sui focus group.

siamo incapaci di scegliere (Vincenzo, *late* Generazione Z, 13 anni).

secondo me noi siamo quelli a cavallo tra un'infanzia normale, come l'hanno vissuta magari anche quelli prima di noi, e un'infanzia diversa...per noi i social network sono arrivati al momento giusto, nella crescita, verso i 16-17 anni (Francesca, Generazione Y, 23 anni).

noi siamo la generazione che ha rispettato i tempi, con internet e tutto il resto [...] (Raffaele, Generazione Y, 24 anni).

siamo l'ultima generazione che è riuscita a salvarsi da facebook... quelli del '91 e del '92 sono secondo me l'ultima generazione che si è riuscita a salvare da facebook nel senso che riesce ad addomesticare il mezzo... gli altri no, sono addomesticati (Alfredo, Generazione Y, 23 anni).

noi siamo quelli che amano far sapere i propri fatti alla gente (Vincenzo, *early* Generazione Z, 17 anni).

io ho proprio l'impressione di far parte della generazione degli sfigati... cioè di una generazione a metà strada fra alcuni, quelli precedenti, che hanno avuto molto e quelli che vengono dopo di me che sono... che li trovo tremendamente arrivati e molto sicuri... molto agguerriti... la generazione di Orwell è tremenda... un passaggio strano... quelli di poco prima del muro ma che poi... da quando è caduto il muro... sono rimasti sotto alle macerie [...] (Francesco, Generazione Y, 30 anni).

Concetti come “appartenenza generazionale”, “susseguirsi delle generazioni”, “differenze tra una generazione e l'altra” fanno parte del lessico comune e del bagaglio culturale degli individui, così come emerge anche da questi pochi stralci estratti da alcuni focus group condotti con membri appartenenti a differenti coorti generazionali: nella comune vita quotidiana è infatti noto che i soggetti sociali possano assumere atteggiamenti ed avere approcci riconducibili *anche* a differenze generazionali. Nelle loro esperienze essi dialogano inoltre costantemente con un nucleo di informazioni, orientamenti, punti di vista che si sono sedimentati nel periodo della prima socializzazione. In termini tecnici, alcuni autori hanno analizzato questo ‘nucleo’ identificandolo con la *semantica generazionale* che è alla base e sostiene il senso di appartenenza generazionale.

Spesso concetti così comunemente introiettati nella consapevolezza degli individui nascondono la difficoltà di essere enucleati e analizzati in modo scientifico e rigoroso — nel tentativo di scremare ciò che è opinione popolare da ciò che ha caratteristiche tali da farsi oggetto teorico. Nella fattispecie, la situazione si complica quando ad un concetto già di per sé così

complesso da isolare — si pensi ad esempio alla difficoltà di definire in modo rigoroso l'ampiezza delle coorti d'età — si tenta di associare una serie di pratiche — comunicative, culturali, educative, politiche ecc. — e di identificarne le rispettive interrelazioni.

Nel linguaggio comune, dunque, il concetto di generazione è collegato all'idea che il condividere un certo 'tempo' lasci «una traccia sui modi di sentire, pensare e agire degli individui» (Cavalli, 1994). Al cuore di questa interpretazione vi è la convinzione che il periodo storico in cui si vive o si è vissuta la giovinezza possa, con i suoi avvenimenti e i suoi mutamenti, essere la variabile nella formazione di una coscienza comune e di uno scarto tra una generazione e l'altra.

Nelle scienze sociali il significato attribuito al concetto di generazione spesso non si discosta molto da quello del senso comune descritto da Cavalli. Molti autori, infatti, lavorano sul legame tra le generazioni e gli eventi storici, ritenendo che questi ultimi abbiano un ruolo dirimente nella loro formazione. Judith Burnett (2010) ha effettuato una ricostruzione del moderno concetto di generazione nelle scienze sociali. Secondo l'autrice, rispetto ad una originaria interpretazione di 'generazione come discendenza familiare', una nuova accezione del concetto si impone principalmente durante i mutamenti sociali scaturiti dal primo conflitto mondiale per isolare quelle specifiche coorti generazionali che si erano mobilitate in massa. Da allora in poi, secondo le ricerche di Burnett (*op. cit.*), gli approcci allo studio delle generazioni hanno seguito principalmente tre strade: quella secondo cui l'appartenenza generazionale è indagata nel suo essere motore sociale (*social agency*); quella dell'analisi delle correlazioni intergenerazionali e infine quella che ha portato all'individuazione di caratteri ricorrenti che identificherebbero e distinguerebbero ciclicamente le generazioni, costituendo delle mappe concettuali. Gli autori che hanno seguito il primo approccio hanno messo spesso in evidenza come l'avvicinarsi generazionale possa essere elemento di combustione della struttura sociale, come ad esempio gli studi sulle generazioni che hanno vissuto — o prodotto — cambiamenti politici profondi. I contributi di Edmunds e Turner (2002), di Wyatt (1993) o di Corsten (*op. cit.*) si muovono proprio in questa direzione (cfr. anche Andrews, 1997; Elder, 1974; Pilcher, 1994; Wohl, 1979 trad. it. 1983). Secondo Laufer e Bengtson (1974), ad esempio, le generazioni sono tra gli agenti primari del cambiamento sociale soprattutto se si osservano — come fanno anche Strauss e Howe (1991) — le dinamiche messe in moto allorquando i membri di una generazione esaminata raggiungono posizioni di potere o prestigio.

Gli autori che hanno seguito il secondo approccio evidenziato da Burnett (*op. cit.*) si sono interessati piuttosto ai rapporti e alle reciproche influenze tra