

Net GENERATION



SOCIETÀ IN RETE

La lunga marcia dei conflitti generazionali

B. V.

L'indagine condotta dallo studioso Don Tapscott sulla NetGeneration ha il pregio di illustrare sin dalle prime pagine il contesto da cui parte: l'ingresso nel mercato del lavoro dei giovani cresciuti negli anni Novanta, quando cioè la Rete è diventata una presenza usuale nella vita quotidiana di molti statunitensi e canadesi. Giovani che sono sempre on-line, che hanno una consuetudine con la Rete e che è il medium da loro privilegiato. E che sono però guardati con sospetto dai «grandi» che vedono la vita on-line con diffidenza. E l'inchiesta di Don Tapscott voleva proprio verificare se i timori dei «grandi» avessero una qualche eco nelle risposte degli intervistati. L'esito di un lavoro durato alcuni anni, sia con indagini quantitative che con moltissime interviste ravvicinate è condensato nel libro che prontamente **Franco Angeli** ha tradotto (*NetGeneration*, pp. 320, euro 39). Per l'autore, però, tutti i timori e le perplessità avanzate dal mondo adulto sono privi di fondamento, perché La Rete non ha cancellato o limitato i momenti di socialità, di condivisione, di prossimità che la vita fuori lo schermo garantisce. Semmai, le ha rafforzate, perché Internet è, sostiene l'autore, una tecnologia della condivisione e allo stesso tempo è uno strumento comunicativo che consente di stabilire relazioni con uomini e donne in ogni parte del mondo. Allo stesso tempo, la vita in Rete non è in alternativa agli incontri ravvi-

cinati, vis-a-vis, ma aggiunge ai momenti di socialità «normali» quelli maturati nei social network come MySpace, nei primi anni del nuovo millennio, o Facebook e Twitter, più recentemente. Posizioni che funzionano come un antidoto al moralismo di chi vede un giovane di fronte al computer che smanetta amodatamente e che in quella scena vi vede la manifestazione del male. Ma che non fanno i conti con un mutamento nella percezione della realtà dove alla complementarietà tra il virtuale e il reale viene sostituito il dominio del virtuale.

Il libro si sofferma molto sui comportamenti della NetGeneration per quanto riguarda il mondo del lavoro e i modelli di consumo. È infatti questa la parte più interessante del libro, laddove mette in evidenza che le caratteristiche dei «giovani digitali» (condivisione, tolleranza, creatività, insofferenza verso le gerarchie) stanno diventando i pilastri di una nuova etica del lavoro. Da qui l'invito alle imprese a modificare la propria organizzazione del lavoro per «catturare» quei giovani che fanno dell'innovazione una religione seppur laica. Invito al cambiamento che vale anche per chi, dopo averle prodotte, vuole vendere le sue merci. Anche in questo caso, una delle parole chiave della NetGeneration, personalizzazione, diviene, per Tapscott, la parola chiave per accedere a un mercato fortemente competitivo, ma che vede un protagonismo dei consumatori, che possono informarsi attraverso la Rete sulle qualità, o i difetti, di una merce e che chiedono alle imprese una sorta di

personalizzazione del prodotto che si vuole acquistare.

Un libro, dunque, dove la Rete è un Eden, dove i diritti del lavoratore e del consumatore non sono solo rispettati, ma che sia il lavoratore che il consumatore sono i protagonisti indiscussi del capitalismo. Di fronte a questa visione apologetica delle potenzialità della rete ogni dubbio è lecito. È indubbio che

la Rete sia una tecnologia della condivisione, ma tuttavia è una condivisione è tuttavia segnata dai rapporti sociali vigenti e dominanti. In questo caso le magnifiche sorti progressive della rete risultano fortemente ridimensionate. In primo luogo, i rapporti sociali esprimono anche rapporti di potere all'interno della società. E proprio le caratteristiche della NetGeneration (insofferenza verso le gerarchie, innovazione come valore indiscusso del proprio lavoro, condivisione del sapere) diventano gli elementi che sono violentemente «catturati» dalle imprese, proprio quando vengono ridimensionati i diritti sociali di cittadinanza, cioè l'espressione codificata del potere acquisito dal lavoro vivo nelle imprese e nella società. Interessante a questo proposito sono le parti del volume dedicate alla «infedeltà» della NetGeneration, cioè la propensione dei giovani a non restare in uno stesso posto di lavoro per tutta la vita. **CONTINUA** | PAGINA 12

DA PAGINA 11

Benedetto Vecchi

GVa da sé che è un'infedeltà dovuta alla crescente precarizzazione dei rapporti di lavoro. E tuttavia il problema di come vincolare, meglio sussumere il sapere e le competenze dei singoli è per l'impresa è un rompicapo che non riesce a risolvere.

Il saggio di Don Tapscott risente di uno «spirito del tempo» dissolto non solo dalla crisi economica, ma dalle strategie di resistenza, di indifferenza e di alterità messe in campo proprio dalla NetGeneration. Non siamo ovviamente a una sua presa di parola conflittuale rispetto ai rapporti sociali dominanti, ma al manifestarsi di una contraddittoria indisponibilità nel far diventare fonte di profitto stili di vita, consuetudini di chi è cresciuto dentro e fuori la Rete. In questo testo ci sono forti echi delle riflessioni di Richard Florida sulla «classe creativa» e sull'«etica hacker» del capitalismo. Ma, mentre Florida e i cultori della «società in rete» pensavano di avere colto le tendenze in atto, Tapscott si limita semplicisticamente a ridurre il «grande disordine» della Rete a un conflitto generazionale tra chi smantella da «mane a sera» e chi, invece, ha dovuto adattarsi alla realtà dove Internet è ormai un «sistema tecnico» buono per tutti gli usi. Da questo punto di vista, questo è un saggio che riduce i conflitti e le poste in palio a un fattore biologico come l'età. La NetGeneration non coincide cioè con la rappresentazione offerta da Don Tapscott. È infatti una generazione che vive sempre sul crinale della rivolta e dell'adesione alle norme dominanti. Un crinale su cui tuttavia occorre posizionarsi per sviluppare punti di vista che consentano non solo l'insofferenza ai rapporti sociali dominanti, ma anche per elaborare politicamente istituzioni, forme produttive e stili di vita alternativi a quelli dominanti.

bvecchi@ilmanifesto.it

SCAFFALE

Un canadese sempre on-line

Don Tapscott è un economista che si è occupato del rapporto tra tecnologia e sviluppo economico. Tutti i suoi libri, sin dagli anni Ottanta, si sono infatti concentrati su come l'automazione dei processi lavorativi e la Rete influissero nella forma organizzativa delle imprese e nelle loro strategie di sviluppo. Il suo libro più noto è «Wikinomics» (Rizzoli). Recentemente è stato pubblicato «Net-Generation» (Franco Angeli Editore)

IMMAGINE GRANDE, CHANCEY BUSH PROJECT. A LATO, UNA FOTO DI DON TAPSCOTT



www.ecostampa.it



VADEMECUM PER LA SOCIETÀ DEL DIGITALE

Benedetto Vecchi

I suoi libri, le sue analisi sono state spesso accusate di fornire una lettura apologetica della Rete che rimuoveva il lato oscuro di un «sistema universale» che consente, allo stesso tempo, di comunicare, lavorare, consumare. Per Don Tapscott, Internet è l'esemplificazione perfetta di come la tecnologia sia sinonimo di maggiore libertà e di un progresso proteso sempre verso il miglioramento delle condizioni di vita. Alle obiezioni, alle critiche che hanno accompagnato i suoi studi ha sempre risposto che tutte le grandi trasformazioni sono caratterizzate da fasi di transizioni dove il miglioramento della situazione presenta elementi contraddittori comunque transitori. Nel libro scritto assieme a Anthony D. Williams - *Wikinomics*, Rizzoli editore (recentemente ne è stata pubblicata un'edizione aggiornata con il titolo *Macrowikinomics*) - Don Tapscott fa di più: la rete non solo cambia il nostro modo di lavorare, divertirsi e consumare, ma sta plasmando a sua immagine e somiglianza le stesse regole dell'economia, perché la condivisione del sapere su Internet riesce a modificare così profondamente la produzione della ricchezza che, per la prima volta nell'età moderna, ci troviamo in una situazione dove benessere collettivo e libertà individuale hanno trovato un perfetto equilibrio. Nel suo nuovo libro - *NetGeneration*, **Branco Angeli** editore, pp. 320, euro 39 -, Tapscott racconta i risultati di una inchiesta condotta tra i giovani statunitensi che hanno una frequentazione quotidiana con Internet. E anche in questo caso, il suo ottimismo sulle virtù progressive della tecnologia, non ha nessuna smagliatura, come d'altronde emerge anche nell'intervista che segue.

Le parole chiave della NetGeneration sono condivisione, libertà, innovazione, divertimento, velocità, personalizzazione. Come influiscono nella scelta del lavoro, del consumi?

Ci troviamo di fronte a giovani pragmatici, aperti al dialogo, ottimisti, tolleranti, creativi e indipendenti. Caratteristiche preziose per gestire quelle trasformazioni e flessibilità di cui ha bisogno un'impresa contemporanea. Va detto, però, che tra gli imprenditori coesistono due diversi atteggiamenti. Alcuni si rifiutano di adattarsi alle caratteristiche della Netgeneration. Penso però che vincenti saranno le imprese che sceglieranno di collaborare con la NetGeneration. Da parte mia, sono convinto che le parole chia-

re a cui lei fa riferimento già plasmano la nuova cultura del lavoro.

Per quanto riguarda il consumo, il modello basato su una logica da *broadcasting* - le imprese progettavano un nuovo bene e poi le mettevano in vendita - non funziona più. Infatti, i consumatori non sono più oggetti passivi; e infatti spesso contribuiscono ai processi innovativi al pari di chi lavora all'interno dell'impresa, come accadde alla Threadless.com, un'azienda tessile dove i consumatori progettano i prodotti assieme a chi lavora all'interno dell'impresa.

Nel suo libro, le scrive a lungo del passaggio da una società della prima serata a quella del «my-time»....

Nel 2001, subito dopo che la febbre e l'entusiasmo per le società dot.com cominciavano a raffreddarsi, fu condotto un sondaggio tra gli statunitensi per capire se le loro preferenze andavano alla tv o a Internet. Il 72 per cento degli intervistati rispose che poteva vivere senza Internet, mentre solo il 26 per cento delle risposte erano a sfavore della tv. Lo scorso anno il sondaggio è stato ripetuto e i risultati sono stati ben diversi: il 48 per cento ha dichiarato che potevano fare tranquillamente a meno della televisione, mentre il 49 per cento degli intervistati ha dichiarato che di fronte all'alternativa Tv o Rete la scelta sarebbe andata a Internet. Questo non significa che la tv sparirà nel breve periodo, ma è abbastanza evidente che stiamo assistendo a una sua progressiva sostituzione da parte della Rete. L'immagine di una famiglia o di un gruppo di amici seduti su un divano a guardare una trasmissione televisiva o un canale tematico via cavo o via satellite in prima serata è da consegnare agli archivi. Per vedere una trasmissione, un film basta andare su YouTube e vederselo a qualsiasi ora. È questo il *my-time*. L'ultimo video di Lady Gaga, ad esempio, è stato visto da 60 milioni di utenti della rete. Ma quei 60 milioni di accessi al video non sono avvenuti alla stessa ora, ma nell'arco di una giornata. E nei giorni successivi altri milioni di persone lo hanno visto in orari diversi. Una visione dunque non sincronizzata, ma che ha consentito a milioni di persone di condividere la stessa esperienza.

Nel libro lei scrive della «net-phobia». Vuol spiegare cosa intende con questa espressione?

Molti dei critici della NetGeneration credono che stare seduti davanti un computer o digitare sulla tastiera di uno smartphone non sia così diverso che stare davanti a una televisione, visto che sono tutte mac-

chine che hanno uno schermo. Ma questa non è la verità. I giovani che usano un computer per parlare tra loro non vivono in mondi virtuali che annichiscono la loro socialità; usano la Rete perché chattare è un'attività gradevole che li mette in rapporto con coetanei magari lontani migliaia di miglia. Vorrei inoltre sottolineare che non ci sono inchieste che provino il declino della comunicazione *vis-à-vis* o che il tempo dedicato alla connessione on-line sia a scapito dei rapporti sociali «ravvicinati». Sema mai ci sono ricerche che attestano il fatto che i giovani passano meno ore davanti alla tv. La critica alla Rete ha un altro punto su cui si concentra: gli effetti di Internet nell'apprendimento. Per molti, il web dequalifica infatti il livello di apprendimento e citano a favore di questa tesi la documentata crisi delle scuole statunitensi. Ma se poi si passa all'analisi del livello di qualificazione dei diplomati o laureati americani, i risultati attestano che il livello medio della qualificazione dei giovani americani non è peggiorato con Internet. Inoltre, ci sono inchieste sui test di ingresso alle università che registrano un livello alto di preparazione. Non c'è quindi nessun dato che attesti il fatto che la rete inibisce la qualità di apprendimento dei giovani americani.

Vorrei però spostare il discorso su un altro livello. I giovani hanno bisogno che venga segnalato se hanno oltrepassato il senso della misura in ciò che fanno. Quello che voglio dire è che la Rete non è la causa se molti giovani passano troppo tempo con i videogiochi o se non sanno esprimersi con la parola scritta. Le responsabilità, in questi casi, sono altrove. Ed è lì che bisognerebbe volgere lo sguardo per capire cosa non ha funzionato.

Molti analisti sostengono che il rapporto della NetGeneration con il lavoro è segnato da irresponsabilità....

Penso che il modello gerarchico che ha caratterizzato le imprese - assumere, addestrare, supervisionare - debba essere abbandonato a favore di un modello basato sull'iniziativa individuale, la collaborazione e l'evoluzione continua. In altri termini, le imprese devono diventare attrattive per la NetGeneration che predilige la collaborazione alla cieca obbedienza. Nel libro parlo diffusamente delle «politiche a favore del talento 2.0». Questo significa ripensare l'autorità. I dirigenti più che ordinare dovrebbero comportarsi come dei leader che convincono. Inoltre, le imprese dovrebbero facilitare l'uso di social network interni per

ché strumenti propedeutici alla socializzazione delle informazioni e alla risoluzione di problemi produttivi. In molte imprese statunitensi, invece, viene dissuaso l'uso di Facebook perché distoglie l'attenzione dal lavoro. È un errore, perché i social network possono invece diventare un potente strumento per far crescere le competenze individuale e per creare il clima giusto a processi di innovazione.

Lei sostiene che c'è un legame tra la Net-Generation e una rinnovata presenza sul-

la scena politica delle giovani generazioni. Può spiegare quale è questo legame?

La rete mette in rapporto i giovani con i problemi del mondo. Crea cioè le condizioni affinché si sviluppi uno sguardo critico rispetto al mercato del lavoro, gli stili di consumo, il funzionamento del sistema politico. Prendiamo gli Stati Uniti. È un dato acquisito che la Net-Generation ha avuto un ruolo fondamentale nella elezione alla presidenza di Barack Obama. Ma se puntiamo lo sguardo su altri paesi, vediamo che i

giovani cresciuti con la rete ci accorgiamo che la loro presenza sulla scena politica non può essere ignorata, perché sono stati i protagonisti di importanti e significativi movimenti di opinione che hanno favorito significative trasformazioni nel rapporto tra governanti e governati, come ad esempio in Tunisia e Egitto. Le rivolte in quei paesi hanno motivi profondi, ma è indubbio che la rete è stata lo strumento per comunicarle sia all'interno dei rispettivi paesi che al mondo.

Un'intervista con lo studioso di origine canadese Don Tapscott, autore di un saggio per **Franco Angeli** sulle caratteristiche di una generazione cresciuta dentro la Rete.

Un punto di vista nutrito da una inchiesta sui comportamenti giovanili per rispondere alle critiche di chi vede Internet come uno «sistema tecnico» che annichisce lo spirito critico.
«I ragazzi non vivono in mondi virtuali»

