

*Quaderni
di Teoria Sociale*

numero

2 | 2017



Morlacchi Editore

QUADERNI DI TEORIA SOCIALE

n. 2 | 2017

Morlacchi Editore

Quaderni di Teoria Sociale

Direttore

Franco CRESPI

Co-direttore

Ambrogio SANTAMBROGIO

Comitato di Direzione

Matteo BORTOLINI, Franco CRESPI, Enrico CANIGLIA, Gianmarco NAVARINI, Walter PRIVITERA,
Ambrogio SANTAMBROGIO

Comitato Scientifico

Domingo Fernández AGIS (Università di La Laguna, Tenerife), Ursula APITZSCH (Università di Francoforte), Gabriele BALBI (Università della Svizzera Italiana), Giovanni BARBIERI (Università di Perugia), Lorenzo BRUNI (Università di Perugia), Daniel CHERNILO (Università di Loughborough, UK), Luigi CIMMINO (Università di Perugia), Riccardo CRUZZOLIN (Università di Perugia), Alessandro FERRARA (Università di Roma II), Teresa GRANDE (Università della Calabria), David INGLIS (Università di Exeter, UK), Paolo JEDLOWSKI (Università della Calabria), Carmen LECCARDI (Università di Milano Bicocca), Danilo MARTUCCELLI (Università di Parigi Descartes), Paolo MONTESPERELLI (Università di Roma La Sapienza), Andrea MUEHLEBACH (Università di Toronto), Vincenza PELLEGRINO (Università di Parma), Loredana SCIOLLA (Università di Torino), Roberto SEGATORI (Università di Perugia), Vincenzo SORRENTINO (Università di Perugia), Gabriella TURNATURI (Università di Bologna)

Redazione a cura di RILES

Per il triennio 2016-2018

Massimo CERULO, Luca CORCHIA, Massimo PENDENZA, Ambrogio SANTAMBROGIO

Nota per i collaboratori

I Quaderni di Teoria Sociale sono pubblicati con periodicità semestrale. I contributi devono essere inviati a: redazioneQTS@gmail.com; ambrogio.santambrogio@unipg.it.

Per abbonarsi e/o acquistare fascicoli arretrati: redazione@morlacchilibri.com

Impaginazione: Pierpaolo Papini

QUADERNI DI TEORIA SOCIALE, n. 11 | 2017

ISSN (print) 1824-4750 ISSN (online)-.....

Copyright © 2017 by Morlacchi Editore, Piazza Morlacchi 7/9 | Perugia.

L'edizione digitale on-line del volume è pubblicata ad accesso aperto su www.morlacchilibri.com. La presente opera è rilasciata nei termini della licenza Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>).

La licenza permette di condividere l'opera, nella sua interezza o in parte, con qualsiasi mezzo e formato, e di modificarla per qualsiasi fine, anche commerciale, a condizione che ne sia menzionata la paternità in modo adeguato, sia indicato se sono state effettuate modifiche e sia fornito un link alla licenza.

È vietata la riproduzione, anche parziale, con qualsiasi mezzo effettuata.

www.morlacchilibri.com/universitypress/

Sommario

SAGGI

ALFREDO AGUSTONI Megamacchine, idrocarburi e reti. Mutamento sociale e transizioni energetiche	11
FRANCESCA BIANCHI Pratiche innovative di partecipazione, cooperazione, solidarietà: l'esempio del <i>cobousing</i>	37
LIDIA LO SCHIAVO Ontologia critica del presente e teoria democratica: genealogia della crisi, soggettività politica, immaginario neo-democratico	53
ANTONIO RAFELE L'osservatore e la moda. Simmel e la teoria dei media	79
VINCENZO ROMANIA Dalla fiducia all'interazione: uno spazio di integrazione teorica	99
LELLO SAVONARDO Le culture giovanili: dalla <i>Beat Revolution</i> alla <i>Bit Generation</i>	123

PREMIO DI DOTTORATO 2016

DARIO CONSOLI
Le sfide della collaborazione a partire da una ridefinizione del sociale 149

ALMA PISCIOTTA
Il teatro come strumento di disvelamento delle costruzioni sociali: elementi per una sociologia teatrale 173

RECENSIONI

ANDREA MILLEFIORINI
Vittorio Cotesta, *Modernità e capitalismo. Saggio su Max Weber e la Cina*, Roma, Armando Editore, 2016, 208 pp. 195

MASSIMO PENDENZA
Émile Durkheim, *Lezioni di sociologia. Per una società politica giusta*, a cura di Francesco Callegaro e Nicola Marcucci, Salerno-Napoli, Orthotes, 2016, 305 pp. 205

ANDREA COSSU
Teresa Grande, Lorenzo Migliorati (a cura di), *Maurice Halbwachs. Un sociologo della complessità sociale*, Perugia, Morlacchi, 2016, 374 pp. 209

FEDERICO BRANDMAYR
Bernard Lahire, *Pour la sociologie. Et pour en finir avec une prétendue «culture de l'excuse»*, Paris, La Découverte, 2016, 184 pp. 215

TOMMASO FRANGIONI
Davina Cooper, *Utopie Quotidiane. Il potere concettuale degli spazi sociali inventivi*, Pisa, ETS, 2016, 340 pp. 227

IVANO ORRICO
Lorenzo Bruni, *Vergogna. Un'emozione sociale dialettica*, Napoli-Salerno, Orthotes, 2016, 292 pp. 231

<i>Abstract degli articoli</i>	237
<i>Notizie sui collaboratori di questo numero</i>	243

LELLO SAVONARDO

Le culture giovanili, dalla *Beat Revolution* alla *Bit Generation*

1. I cultural studies e le sottoculture giovanili

Nei primi anni Cinquanta in America, con il boom economico e una maggiore capacità di acquisto da parte dei giovani, nasce il mito dei teenager, una generazione che si ispira ad una filosofia di vita ribelle, si nutre di musica pop e, soprattutto, diviene protagonista assoluta della nascente società dei consumi. Dagli anni del boom economico in poi, infatti, emerge un soggetto giovanile che può accedere a consumi materiali e culturali, le cui caratteristiche contribuiscono a ridefinire la categoria sociale dei giovani, ma anche le tradizionali tappe della vita. La spinta verso la «modernizzazione», il consumismo, il mutamento accelerato e i suoi effetti sociali determinano trasformazioni culturali significative che investono inevitabilmente anche l'universo giovanile. Inoltre, le nuove generazioni si rivelano portatrici di una spinta rivoluzionaria che esplode alla fine degli anni Sessanta, assumendo la forma di movimento. Le nuove generazioni, considerate da sempre componente marginale della società, diventano così i principali attori del cambiamento. Tale contesto storico favorisce l'emergere di una vera e propria cultura giovanile che, nel tempo e attraverso costanti trasformazioni sociali, si nutre dei ritmi urbani e dei paesaggi sonori della modernità, esprimendo nuovi linguaggi e tendenze creative, in uno scenario in cui la frammentarietà, l'incertezza e la crescente crisi dei punti di riferimento caratterizzano, sempre di più, la società contemporanea.

L'adolescenza – ricorda James Lull [1987, 152] – segna un periodo nella vita dei giovani in cui hanno luogo drammatici cambiamenti [...] è un momento di confusione e resistenza. La popular music si adatta bene alla vita quotidiana degli adolescenti, poiché il contenuto dei suoi testi e l'atmosfera che può essere creata dai suoni riflette molte delle loro preoccupazioni [...]. Molti giovani usano la musica nelle loro lotte con rigidi detentori di potere come genitori, insegnanti, capi ed altre figure autorevoli [...] per resistere all'autorità a tutti i livelli, affermare la loro personalità, sviluppare relazioni tra pari e legami romantici.

Le nuove generazioni sono psicologicamente predisposte verso i linguaggi della musica pop e particolarmente sensibili all'influsso dei media che ne trasmettono e diffondono i relativi contenuti. Inoltre, gli adolescenti, che per loro stessa natura presentano una personalità in formazione, non strutturata o legata a modelli preesistenti, risultano esposti in modo significativo all'influenza dei mezzi di comunicazione di massa e disponibili verso nuovi modelli culturali. I giovani stessi tendono ad essere promotori di valori, tendenze e stili di vita inediti, determinando processi di trasformazione e combinando insieme elementi della tradizione culturale a cui appartengono con forme di innovazione che mettono in crisi gli schemi precostituiti. Alberto Melucci [1994, 134] sostiene che ogni generazione «ha il problema di fare qualcosa con il mondo che gli viene consegnato, può venire schiacciata, può rivoltarsi, entrare in conflitto, oppure entrare in una relazione trasformativa, che riesce cioè a combinare in una certa alchimia elementi della tradizione a elementi dell'innovazione». Continuità e mutamento, conversazione e rottura rappresentano caratteristiche rilevanti nei processi di costruzione delle identità giovanili e sono alla base di ogni forma di conflitto generazionale. Tali processi sono chiaramente influenzati dai contesti sociali di riferimento.

L'età giovanile è comunemente considerata una condizione transitoria che segna progressivamente l'abbandono dell'adolescenza e la contemporanea assunzione delle funzioni e delle competenze dell'età adulta. I tempi e i modi con i quali questo passaggio si realizza sono influenzati, in modo significativo, da contingenze storiche, economiche e culturali. Oggi, tale processo di transizione sembra prolungarsi in modo esponenziale, la categoria di giovane sembra estendersi senza tempo. Le tradizionali distinzioni per classi d'età si aprono e l'idea di giovane si dilata. In un contesto caratterizzato dalla frammentazione e dalla crisi

delle tradizionali categorie del tempo e dello spazio, i giovani, che si trovano in un mondo in cui l'accesso al mercato del lavoro è sempre più difficile e il lavoro sempre più precario, «allungano la loro condizione di non-più-adolescenti e non ancora-adulti». Questo rito di passaggio – sostiene Canevacci [1999, 31] – si dilata senza tempo: «non si è più giovani in modo oggettivo o collettivo, bensì transitivo. Si transita lungo una condizione variabile e indeterminabile, la si attraversa secondo modalità determinate dalle momentanee individualità del soggetto-giovane. Dalle contrattazioni tra i suoi vari, eterogenei, multipli di sé». In quest'ottica, i giovani vivono sempre di più «momentanee individualità», si esprimono attraverso molteplici identità, in contesti diversi e sempre più complessi.

Una complessità che investe anche la comprensione e lo studio delle nuove generazioni. L'analisi dei linguaggi musicali, degli stili di vita e delle tendenze giovanili rappresenta un punto di osservazione privilegiato per comprendere i giovani e i mutamenti sociali di cui sono protagonisti.

La musica pop, dagli anni Cinquanta in poi, determina nuove mode, tendenze, costumi e abitudini che investono l'universo giovanile, con relative ricadute sia sul piano sociale che economico. Anche le mode, in quanto fenomeno di comportamento collettivo, si collocano all'interno dei processi di socializzazione e di identificazione delle nuove generazioni. I giovani, infatti, attraverso di esse, tendono, da un lato, ad assumere una posizione originale e di distinzione nei confronti del sistema e, dall'altro, ad ottenere l'approvazione degli altri, il riconoscimento sociale e l'integrazione nel gruppo dei pari. Tale meccanismo contribuisce anche alla formazione delle sottoculture musicali.

La «sottocultura» o «subcultura», secondo Gallino [1978], rappresenta un sottinsieme di elementi culturali sia materiali che immateriali – valori, conoscenze, linguaggi, norme di comportamento, stili di vita, strumenti di lavoro – elaborato e utilizzato tipicamente da un dato settore, segmento o strato di una società. Essa si distingue dalla controcultura, caratterizzata, invece, da strutture alternative e da forme esplicitamente politiche e ideologiche, che si pongono in radicale opposizione alla cultura dominante. Il concetto di sottocultura, tra i più fortunati nella letteratura sociologica della popular music, propone l'idea di una stretta connessione tra il consumo di musica e l'appartenenza di classe.

Nell'approccio sottoculturale, la musica – ricorda Sibilla [2003, 73] – diventa un simbolo che esprime valori di gruppi di classi subalterne che, attraverso di essa, si distinguono dal resto della società: *mods*, *skinheads*, *teddy boys*, *punk*, ecc. La musica diventa un'espressione simbolica dell'alienazione e della devianza attraverso l'individuazione di uno stile unico e diverso dagli altri. La sottocultura si impone come lo stile di un gruppo, che attraverso di esso si differenzia dalla cultura egemone.

I principali contributi all'approccio culturale fanno riferimento al *Centre for Contemporary Cultural Studies*, fondato presso l'università di Birmingham nel 1964, in Inghilterra, e ai relativi *Working Papers in Cultural Studies*, culminati nella raccolta di saggi *Resistance Through Rituals* [Hall, Jefferson 1976]. La prospettiva dei *cultural studies* considera la «cultura» come qualcosa di indissolubilmente intrecciato con i vissuti e le pratiche degli attori sociali. Le forme culturali si riproducono nella vita quotidiana degli individui e da essi vengono costantemente riformulate e innovate. Una cultura è tale se è socialmente condivisa, tuttavia una medesima società può ospitare al suo interno orientamenti culturali differenti e in conflitto tra loro: la cultura rappresenta, infatti, anche un campo di tensioni, compromessi e conflitti permanenti fra diversi gruppi sociali. In tal senso, gli studiosi dei *cultural studies* manifestano esplicitamente il loro interesse nei confronti del lavoro scientifico di Gramsci e del suo approccio teorico secondo cui la cultura è intesa come un campo di lotte per l'egemonia fra le classi. Una prospettiva che sottolinea come le classi subalterne siano contemporaneamente influenzate da quelle «superiori», ma anche capaci di «resistere» a tale influenza. La cultura esprime una molteplicità di orientamenti in divenire costante, dove al venir meno di certe «sottoculture» corrisponde il sorgere di altre come, ad esempio, quelle giovanili.

Inoltre, secondo tale approccio, media e consumi sembrano gli strumenti più efficaci delle classi dominanti per imporre la propria egemonia sulla società. La loro diffusione tenderebbe a distruggere le preesistenti differenziazioni culturali e a generare una indifferenziata omogeneizzazione dei gusti e degli orientamenti [Jedlowski 2009].

Il libro più noto di questo filone di studi è *Sottocultura. Il fascino di uno stile innaturale* di Dick Hebdige [1979]. Secondo l'autore, la musica rappresenta uno stile di vita e una risposta all'alienazione di classe. Tra lo «stile» e i linguaggi mu-

sicali, tra le scelte sociali e i messaggi contenuti nei testi della musica pop esiste una connessione rilevante che determina un insieme di «pratiche significanti». Hebdige sottolinea, ad esempio, in riferimento alla sottocultura *mod*, che «ad un certo momento del loro ritorno a casa dalla scuola o dal lavoro, i *mod* “sparivano”: venivano risucchiati in un underground fatto di scantinati, discoteche, boutique e negozi di dischi nascosti sotto lo strato del “mondo normale” e in contrasto con esso» [Hebdige 1979, trad. it. p. 53]. Una dimensione underground che contribuiva a costruire il loro «stile» di vita e la loro identità. L'idea di fondo di Hebdige è che i valori peculiari di un sottogruppo specifico siano il riflesso di quelli espressi da un preciso sottogenere della musica pop: consumare un certo tipo di musica, in determinati luoghi, rappresenta un modo di affermare la propria identità. L'utente di musica pop, di uno specifico genere, si differenzia così dagli altri ascoltatori e dal resto della società. Tale approccio teorico, di origine dichiaratamente marxista, tende a sottolineare la funzione ideologica della musica come metodo di contrasto della «cultura egemone».

Traendo spunto dal lavoro di Roland Barthes, Hebdige considera i vestiti e la musica dei *teddy boy*, dei *mod*, degli *skin* e dei *rasta* come sfide all'ordine simbolico che hanno preparato la strada all'antagonismo ancora più aggressivo dello stile punk. Questo tipo di “guerriglia semiotica” agisce come “rumore” nel silenzioso operare dell'ideologia dominante. Le sottoculture perciò diventano una “forma di resistenza nella quale l'esperienza diretta delle obiezioni all'ideologia dominante viene rappresentata indirettamente nello stile” [Thornton 1995, trad. it., p. 213].

Hebdige è, inoltre, il primo a tentare di delineare uno studio dei significati del consumo musicale, tenendo conto non solo degli aspetti sonori, ma anche di quelli visuali e iconografici. Tuttavia, il limite dell'approccio sottoculturale consiste nello status contraddittorio che viene attribuito alla musica in quanto tale, senza chiarire, in realtà, la posizione e il significato che essa assume. L'analisi delle «pratiche significanti» rivela, infatti, i suoi limiti proprio nell'incapacità di definire in modo esplicito i tratti di omologia tra cultura e testo musicale. Sarah Thornton, inoltre, evidenzia come gli studi classici della scuola di Birmingham collochino i media in opposizione e successivi al manifestarsi della sottocultura. Hebdige considera, infatti, i mezzi di comunicazione di massa, la commercializzazione e i processi ad essi connessi come modi per «incorporare» le sottoculture

in una cultura dominante che le assorbe, demolendole di fatto. Egli tende, secondo Thornton, a studiare tipi sociali già etichettati (i *mod*, i *rocker*, gli *skinhead*, i *punk*), ma non presta attenzione sistematica agli effetti dei vari processi di etichettamento da parte dei media. Inoltre, il concetto di *mainstream* di Hebdige risulta, secondo la sociologa, astratto e astorico.

Hebdige e Mungham – continua Thornton [*ivi*, pp. 127-128] – definiscono le sottoculture e il *mainstream* come opposti l'uno all'altro. Il loro essere antitetici deriva in parte dalle ideologie della cultura alta, di cui le due formulazioni fanno parte. Hebdige concepisce il *mainstream* come borghese e la sottocultura giovanile come avanguardia artistica. Mungham vede il *mainstream* come una “massa” stagnante, e solo i devianti e gli *altri* sono, per implicazione, creativi e capaci di cambiamento. Benché alle due nozioni di *mainstream* siano assegnate caratteristiche di classe differenti, tutt'e due sono svalutate come maggioranza normale e convenzionale.

Più che proporre uno studio comparato, tenendo adeguatamente conto dei diversi fattori sociali ed economici e «confrontando i problemi etici e politici che comporta la celebrazione della cultura di un gruppo sociale su quella di un altro», secondo Thornton, i teorici della scuola di Birmingham «invocano la chimera di un *mainstream* negativo» [*ivi*, 126]. La sociologa ritiene che per studiare le culture giovanili sia opportuno superare il dualismo tra ideologie dominanti e sottoculture sovversive, tenendo conto del ruolo dei mezzi di comunicazione di massa nei processi di definizione e di etichettamento delle sottoculture. Inoltre, Thornton identifica le sottoculture in «culture del gusto» che, a loro volta, sono individuate nei media, attraverso i media e dai media. Thornton, quindi, tende chiaramente a superare le dicotomie e le opposizioni binarie proposte da Hebdige: avanguardia *versus* borghesia, subordinato *versus* dominante, sottocultura *versus* *mainstream*, commerciale *versus* alternativo. Secondo la sociologa, esiste, infatti, un rapporto dialettico tra i molteplici fattori in campo e i mass media contribuiscono in modo significativo a determinare la formazione e la circolazione di ciò che, parafrasando Pierre Bourdieu, Thornton definisce «capitale sottoculturale».

Le riflessioni teoriche successive propongono una riformulazione concettuale e terminologica delle categorie classiche della scuola di Birmingham. Per indicare le sottoculture giovanili della tarda modernità sono state adottate nuove espres-

sioni come *neo-tribù* [Bennett 1999], *postsubculturalist* [Muggleton 2000], *life style e scene* [Bennett, Peterson 2004]. Tuttavia, nei diversi approcci sociologici al pop che si rifanno alla scuola di Birmingham, «la musica viene intesa e studiata soprattutto come prodotto che riflette la cultura giovanile, nei suoi riti e miti; come fattore culturale di socializzazione» [Sibilla 2003, 75]. In ogni caso, gli studi più recenti tendono a superare i limiti dell'approccio classico dei *cultural studies*, favorendo l'idea che gli attori sociali dispongano di una relativa autonomia, e che la società non sia né il luogo di un consenso generalizzato né quello di un conflitto permanente, ma piuttosto l'arena di una produzione e riproduzione incessante e variamente negoziata fra i diversi attori, dei modi in cui la realtà è interpretata e attraverso cui gli individui agiscono e si esprimono [Jedlowski 2009].

2. I giovani, il rap e il mutamento

I processi di trasformazione che investono la tarda modernità hanno una forte incidenza sulle nuove generazioni e i giovani sono tra i principali protagonisti dei mutamenti sociali e culturali del nostro tempo. La progressiva crisi dei tradizionali punti di riferimento, delle certezze e delle prospettive di vita sembra determinare la scomparsa del «futuro» e di ogni forma di progettualità. Crollano le speranze e le attese utopiche, mentre diviene centrale l'esperienza del tempo presente, l'*hic et nunc*, il «vivere alla giornata». A tal proposito, Zygmunt Bauman [1996] sostiene che «oggi tutto sembra congiurare contro i vincoli permanenti, i progetti che durano una vita intera, obbligando gli attori sociali a scelte e revisioni continue in una successione di situazioni sempre diverse» [Crespi 2005, 10]. Il processo di individualizzazione è caratterizzato sempre di più dal diffondersi di un sentimento di insicurezza come condizione normale di vita quotidiana, che incide profondamente sul senso delle identità sia individuali che collettive. Uno scenario che Ulrich Beck [2000; 2002] richiama nei suoi libri, sottolineando la profonda crisi che investe la società contemporanea. Lo studioso pone in evidenza gli attuali processi di graduale disintegrazione delle classi, delle unità familiari e produttive tradizionali, soffermandosi sulle nuove domande e le nuove

condizioni di lavoro, che sono accompagnate da un costante senso di insicurezza [Crespi 2005].

Quando l'incertezza aumenta oltre una certa soglia e quasi si identifica con il quotidiano – sottolinea Carmen Leccardi [2005] – la capacità progettuale tradizionalmente intesa, ovvero il «progetto di vita» a lungo termine, risulta inevitabilmente compromessa. L'accelerazione sociale e il clima d'incertezza che caratterizzano la «seconda modernità», oltre a mettere in crisi i «progetti a lungo termine», tendono a modificare anche la struttura temporale dell'identità, influenzando i processi di costruzione del sé. Tuttavia, alcune indagini [Crespi 2005] mettono in evidenza come i giovani siano predisposti a reagire all'assenza di certezze, elaborando risposte capaci di neutralizzare il timore del futuro ed esprimendo in modo netto la tendenza ad aprirsi in positivo all'imprevedibilità. Le nuove generazioni sembrano mettere in conto la possibilità di cambiamenti di rotta anche repentini e di costruire risposte in «tempo reale», reagendo agli imprevisti. La velocità e i ritmi sociali della tarda modernità, con cui i giovani convivono, permettono loro di «cogliere l'attimo» e di affrontare le occasioni del momento via via che si presentano [Leccardi 2005]. Per le nuove generazioni, l'incertezza di un futuro senza progetto implica la predisposizione a individuare di volta in volta possibili soluzioni. L'aspetto innovativo che sembra caratterizzare le nuove generazioni è «la capacità di accettare la frammentazione e l'incertezza dell'ambiente come dato non eliminabile, da trasformare in risorsa grazie a un esercizio costante di consapevolezza e riflessività» [*ivi*, 57].

I giovani del Terzo Millennio, sempre di più, “mettono in scena” se stessi e il proprio mondo interiore sui social media e sui blog, accessibili a tutti gli utenti della Rete. Immersi nelle tecnologie digitali, in una dimensione spazio-temporale sempre più dissolta, e vivendo in un'epoca caratterizzata dall'accelerazione, i giovani si ritrovano in una paradossale condizione di rallentamento, di «prolungamento della giovinezza», di «dilatazione giovanile». Da una posizione di chi, attraverso le innovazioni tecnologiche, può «navigare» senza limiti, abbattere le barriere e i confini del tempo e dello spazio, a una condizione di «prigione», nelle gabbie di una «giovinezza forzata» [Savonardo 2007]. La difficoltà di accesso al mercato del lavoro, di vivere una propria autonomia economica e, quindi, di entrare nel mondo degli adulti, costringe i giovani a non scegliere, lasciandoli

in una condizione di «giovani senza tempo» [Dal Lago, Molinari 2001]. In una società complessa che cambia con grande velocità, che vive significative trasformazioni e che è caratterizzata anche da profonde differenze territoriali, la comprensione dell'universo giovanile risulta, per le scienze sociali, particolarmente rilevante nell'interpretare il mutamento.

I linguaggi musicali, oltre a rappresentare i principali modelli espressivi in cui si riconoscono le nuove generazioni, sembrano caratterizzare in modo significativo la contemporaneità. Figli della «società dell'incertezza» [Bauman 1999], i giovani – che, quasi per definizione, sono sempre stati caratterizzati dalla scarsa propensione alle certezze o, comunque, da un vago senso di «indefinitezza» nella percezione della propria identità e della propria collocazione sociale – rappresentano, con le loro manifestazioni, il loro linguaggio, la loro cultura, uno straordinario indicatore della tarda modernità [Pecchinenda 2001].

Le nuove generazioni vivono in una realtà costruita ed ereditata da altri, spesso avvertita come estranea, ma che non è l'unica possibile. Giovani troppo spesso precari, incerti, spaesati, disorientati e senza punti di riferimento stabili. Giovani che «il terreno sotto i piedi» non l'hanno mai avuto, per i quali ogni «libretto di istruzione», è sempre stato solo parziale, a termine, «uno dei tanti» possibili [*Ibidem*]. Sono gli stessi giovani che, come afferma Franco Ferrarotti [1996], hanno un bisogno primario di appartenenza a un branco riconoscibile e che nella musica hanno trovato la «casa» che sentono di non avere più altrove. Dietro il «rumore organizzato» dei grandi concerti rock, secondo Ferrarotti, si nasconde una forte spinta verso l'utopia, un antico desiderio di trascendenza in grado di abbracciare questo «popolo di sfrattati». Lo status di sfrattati è una condizione non solo fisica, sconvolge l'animo, coinvolge la mente e fa sentire in una specie di terra di nessuno, da dove si parte per cercare altri luoghi, altri spazi, nuovi riferimenti. La musica è un linguaggio che aggrega e che accoglie i giovani sfrattati, aiutandoli a trovare luoghi nuovi. «Abitare» la musica vuol dire cercare un posto diverso dalla parrocchia o dalla sede di partito. Un luogo dove il ritmo del rock, spesso criticato come «evanescente», «effimero», non dà elementi per la progettazione, ma certo la ispira, a differenza della politica dei partiti che non contengono i germi dell'utopia di cui i giovani hanno sete.

Thornton [1995] afferma che le sottoculture giovanili (dove per sottoculture si intende «culture del gusto») sono essenzialmente sottoculture musicali. I giovani ascoltano più musica di chiunque altro. La televisione per le nuove generazioni è in larga misura televisione musicale, così come i nuovi media sono utilizzati sempre più spesso per ascoltare musica. Il tempo libero e l'identità dei giovani ruotano, insomma, intorno ai diversi linguaggi sonori. Tali considerazioni sono supportate ampiamente dai risultati emersi dai più recenti studi sulla condizione giovanile in Italia. La centralità della musica nella vita quotidiana delle nuove generazioni è una costante: accompagnamenti e attraversamenti sonori costellano, in vari momenti, la giornata dei giovanissimi. Inoltre, contrariamente agli stereotipi correnti che legano il consumo di popular music ad aree di mera evasione e di svago omologato riservato ai giovani con poche risorse, le recenti indagini collocano la musica come dimensione qualificante del processo di valorizzazione esistenziale e del percorso di crescita e di socializzazione dei giovani. Insomma, parafrasando una celebre canzone del cantautore Edoardo Bennato, non «sono solo canzonette».

A metà degli anni Ottanta, nel mondo esplode una nuova forma di espressione e di denuncia sociale che ha origine negli anni Settanta e parte da sonorità musicali come il rap e l'hip hop, per assumere, in Italia, con il movimento delle *posse*, inedite e sorprendenti connotazioni, contaminate dai suoni, dalle parole e dai ritmi delle realtà urbane. Il rap diviene il linguaggio e lo strumento più efficace per comunicare il malessere e il disagio giovanile, attraverso temi ricorrenti come l'emarginazione, la disoccupazione, la lotta alla mafia, il razzismo. I rapper, inoltre, per rendere più diretti e dirompenti i loro testi impegnati socialmente e politicamente, recuperano il dialetto riscoprendo la memoria musicale e culturale del nostro paese, in un processo di ricostruzione di un'identità territoriale e di un senso di appartenenza, che si esprime anche attraverso la contaminazione con culture «altre». Il rap, espressione della cultura hip hop, prende origini dalle sonorità del reggae giamaicano e si sviluppa negli Stati Uniti, per poi diffondersi in tutto il mondo, dal Bronx a Scampia, assumendo caratteristiche inedite nei diversi contesti e dando vita a molteplici forme di ibridazione musicale.

A New York, verso la fine degli anni Settanta, – ricorda Iain Chambers [1985, trad. it. 2015, 148] – giovani di colore permeati della stessa cultura che generò i graffitisti con

la bomboletta spray e gli acrobati della “break-dancing”, utilizzarono gli apparecchi più semplici e più diffusi nell’ambito dell’incisione sonora – piatti e microfoni – e li trasformarono in strumenti musicali veri e propri. Il rap è il sound system di New York: la cultura dei giovani neri di Harlem e del Bronx che trasforma con successo la tecnologia in una nuova forma culturale. Il rap è il graffito sonoro, uno spruzzo musicale che fonde i ritmi neri e la ginnastica verbale del gergo di strada col flusso di parole che un funambolico disc jockey sforna mentre manipola il piatto del giradischi.

I suoni, i ritmi, le melodie e i ‘rumori’ delle realtà urbane rappresentano il paesaggio sonoro in cui i rapper si esprimono. New York, Londra, Parigi, Bombay, Napoli – città in cui i ritmi, i suoni, le tensioni, le pulsioni si fondono, si *confondono*, dando vita ad inedite sonorità – rappresentano sempre di più realtà ibride, senza radici e senza identità o con mille radici e mille identità che condividono lo stesso spazio in cui centro e periferia si mescolano, in un percorso contemporaneamente diacronico e sincronico, dove passato, presente e futuro convivono. Scenari urbani in cui emerge, in modo significativo, la forza dirompente dei linguaggi di quell’universo giovanile che, tra disagi e incertezze, a partire da contesti sempre più *glocal*, come ad esempio Napoli – al tempo stesso periferia e centro del mondo – sembra urlare a voce alta “*nuje vulimme ‘na speranza*”, così come i rapper Ntò e Lucariello nel brano di coda della serie tv ispirata al libro *Gomorra* di Roberto Saviano.

La presenza globale della musica rap declinata in migliaia di dialetti locali; la contaminazione tra i diversi suoni del mondo; l’estetica metropolitana del bricolage che caratterizza i linguaggi dell’hip hop rappresentano il risultato di evoluzioni tecnologiche e di processi artistici e sociali che, dal reggae al funk, dal rock alla dance, hanno favorito lo sviluppo di nuove tendenze creative [Chambers 1985, trad. it. 2015]. Il rap rappresenta uno dei tanti linguaggi espressivi dei giovani dalle «differenti identità» o sempre alla ricerca di un’identità, protagonisti di una sorta di «nomadismo culturale» e figli del «villaggio globale» [Jovanotti 2000, 17]. La musica conferma il suo ruolo di bandiera unificante, motore propulsore e colonna sonora di un percorso sociale comune. La gioventù con i suoi gruppi musicali, con i fan, si iscrive nei fenomeni collettivi e fa della musica la propria bandiera. Tali fenomeni producono una modificazione dell’interazione tra i sog-

getti che ne fanno parte, nei quali viene risvegliata la solidarietà e una coscienza sociale collettiva.

I giovani trovano nella musica uno strumento di identificazione, di aggregazione e, talvolta, di liberazione dalle ansie e dai conflitti. Conflitti inevitabili in chi, cercando le proprie radici sempre più difficili da individuare, vive percorsi inediti verso nuove coordinate culturali e genera nuovi modelli espressivi che, per le scienze sociali, rappresentano segnali rilevanti per comprendere il mutamento. Le ibridazioni musicali ed artistiche rappresentano un significativo indicatore delle trasformazioni socio-culturali in atto in una società sempre più meticciasca, in cui lo sviluppo delle comunicazioni, dei media e delle tecnologie digitali ha provocato un'accelerazione violenta dei processi di contaminazione tra le diverse forme di linguaggio [Savonardo 2010].

I nuovi “poeti urbani”, i rapper di ultima generazione si nutrono della contaminazione tra i diversi linguaggi artistici e della convergenza mediale, dando vita e voce alla *Bit Generation*, che esprime, comunica, socializza, crea – anche attraverso i social media – un'inedita narrazione sonora della realtà urbana e sociale.

3. La Bit Generation e le nuove forme di partecipazione

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/App Generation, Nativi digitali, solo per citarne alcune. Tuttavia, in accordo con Fausto Colombo [2012, 19-20] che, in collaborazione con Giovanni Boccia Artieri ed altri studiosi, 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, con l'espressione *Bit Generation* si intende, in modo non certamente esaustivo, quel mondo giovanile immerso nella «sensorialità terziaria» e in quel «pensiero connettivo» e ipertestuale [de Kerckhove 1997; 2001; 2004] che caratterizza l'esperienza digitale [Savonardo 2013]. In quest'ottica, non ci si chiede, parafrasando banalmente due saggi che hanno caratterizzato il dibattito scientifico, «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 [de Kerckhove 2016]. Tale espressione è stata scelta, 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 sé stessi, della vita *on the road*, della libertà sessuale, della droga, dei valori umani, della coscienza collettiva. Oggi, *Bit* è connessione, condivisione, partecipazione. La *Bit Generation*, con i suoi linguaggi espressivi e creativi, sta caratterizzando le società contemporanee così come i giovani protagonisti della rivoluzione *Beat* hanno contraddistinto, sul piano culturale, sociale ed artistico, il periodo storico che va dagli anni Quaranta ai Settanta.

L'espressione *Beat* fu coniata per la prima volta da Jack Kerouac nel 1948 in un'intervista durante la quale, parlando delle generazioni passate e non volendo attribuire nessuna definizione alla propria, lo scrittore disse: «Ah, questa qui non è che una *Beat generation*». La conversazione venne poi pubblicata nel 1952 sul *New York Times Magazine* con il titolo *This is the Beat generation*, che attirò l'attenzione del pubblico nei confronti del movimento letterario e culturale che alla fine degli anni Cinquanta raggiunse una straordinaria popolarità. Il libro cult di riferimento di tale movimento è *On the road* di Kerouac, scritto nel 1951 e pubblicato nel 1957. Un romanzo che descrive la vita dei giovani della *Beat Generation* e la loro visione del mondo, spregiudicata, selvaggia e libera. Un romanzo autobiografico che rappresenta un nuovo approccio alla scrittura e che racconta epici viaggi in automobile attraverso il continente americano, mescolando la descrizione di straordinari panorami, un senso profondo e inedito dell'amicizia, l'idea poetica e romantica della libertà e dell'intensità della vita, attraverso incontri con emarginati, intellettuali e operai, nel pieno delle nuove tendenze musicali e culturali.

La *Beat Generation* si ribella alle tradizionali forme, culturali e sociali, avviando e alimentando la lotta contro il razzismo, per l'emancipazione della donna, per la libertà sessuale, per la ribellione dell'emarginato. Il movimento prende vita alla Columbia University nel 1943, quando un gruppo di studenti, poeti, scrittori, tra cui Jack Kerouac (1922-1969), Allen Ginsberg (1926-1997) e William Burroughs (1914-1997) comincia a frequentarsi. Artisti e intellettuali che si esprimono con testi visionari e psichedelici, attraverso istanze politiche, come il marxismo, ma anche l'anarchia e, in generale, la ribellione al conformismo. Sono i principali protagonisti e fautori della *Beat Revolution* che anticipa l'altra rivoluzione culturale, quella del '68. Il mondo stava cambiando e la *Beat Generation* portava alta la bandiera del cambiamento, attraverso ideali visionari, in un'America alle prese con la Guerra Fredda, con la lotta al comunismo e la repressione, in una società "senza speranze e senza futuro", caratterizzata da mille contraddizioni, minacciata costantemente dal rischio di un conflitto nucleare, trainata da una parte dal consumismo sfrenato e dall'altra da modelli di vita conformistici. Il senso di disagio e d'angoscia attraversa le coscienze delle nuove generazioni che rifiutano in blocco la società moderna. Dietro i loro atteggiamenti provocatori,

non c'è la volontà ideologica di cambiare il sistema sociale, ma il distacco. La fuga, il viaggio e il nomadismo, l'atteggiamento intellettuale a cui si ispirano li spinge ad accogliere la vita nel suo fluire libero, rifiutando il conformismo per una socialità spontanea e libera.

La *Beat Generation* si esprimeva attraverso i media tradizionali e, anche grazie ad essi, riesce a diffondere le proprie produzioni artistiche e culturali, la visione del mondo e le istanze politiche e sociali di cui è stata portatrice. Oggi, la *Bit Generation* si esprime, sempre di più, attraverso i media digitali. I giovani del Terzo Millennio sono tra i principali fruitori delle nuove tecnologie. Navigano, creano, comunicano, si esprimono, danno vita a produzioni artistiche inedite che si nutrono – spesso inconsapevolmente – di passato, presente e futuro, attraverso i nuovi strumenti interattivi. I «figli dei fiori virtuali», navigati navigatori di internet, per cui il «mutamento accelerato» non è una semplice realtà, ma un dato prestabilito, sembrano conoscere bene tali strumenti tecnologici e le diverse opportunità offerte dalla Rete, anche se talvolta ne ignorano i rischi. Il sociologo 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. Quello stesso «pensiero digitale» a cui si riferisce de Kerckhove nell'analizzare come si è trasformata la mente umana con l'uso degli strumenti di comunicazione sempre più evoluti, nel passaggio da una società di massa a una società di Rete.

Le nuove tecnologie hanno 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 e comunicazione. I giovani anticipano i cambiamenti, li esprimono, li determinano, ne sono i principali protagonisti.

Lo sviluppo dei mass media e dei media digitali ha svolto un ruolo determinante nella diffusione delle culture e dei movimenti giovanili che, 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 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 caratterizza l'universo giovanile, anche in relazione allo sviluppo delle tecnologie della comunicazione e della crisi delle forme tradizionali della partecipazione. I più recenti studi sociologici e politologici, ma anche le nuove forme di protesta e dissenso giovanile, dimostrano come la disaffezione verso la politica non corrisponda 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 anche 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, ad una sorta di migrazione di quest'ultima dagli ambiti istituzionali ad altri settori non direttamente ad essa connessi, ad 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, attraverso percorsi inediti, formando e strutturando con nuove modalità l'identità sociale [Caputo 2007]. A tal proposito, è utile richiamare i più recenti studi di Danilo Martuccelli [2010; 2016] che confermano, da un lato, il riconoscimento da parte dei giovani del loro vincolo sociale e, dall'altro, la rivendicazione della propria «singolarità», che implica processi di personaliz-

zazione dell'esperienza collettiva. In tal senso, assumono particolare rilevanza il vissuto quotidiano, la sfera emozionale, le scelte consumistiche e la partecipazione a gruppi distintivi.

Inoltre, cambiano velocemente i linguaggi, le modalità di espressione e di comunicazione delle nuove generazioni, innescando trasformazioni che la politica tradizionale sembra non riuscire a cogliere. I giovani del Terzo Millennio e i diversi movimenti che li rappresentano, sempre di più, trovano nella Rete un rilevante strumento di partecipazione civile, sociale e politico, di amplificazione del dissenso e di risposta alla crisi economica ed esistenziale. La Rete si sta trasformando in una vera e propria piazza digitale: in aggiunta, e non in sostituzione, di quella reale, un'agorà telematica in cui si discute di politica e cittadinanza e che rende visibili i giovani utenti del web anche sulla scena sociale.

Stiamo assistendo ad una trasformazione significativa delle forme di partecipazione dei giovani che sembrano non riconoscersi più in un sistema politico e istituzionale in crisi e incapace di cogliere i cambiamenti e le innovazioni che attraversano il mondo. La politica tradizionale risulta lontana dalle nuove generazioni che, sempre più spesso, dichiarano di non riporre fiducia nei governi, nei partiti politici e nelle istituzioni, declassando l'attività politica tra gli ultimi posti nella scala dei valori. Eppure, come emerge dai più recenti studi sull'universo giovanile, il rifiuto della politica da parte delle nuove generazioni non risulta essere semplicemente una risposta alla "crisi di valori" o al dilagare dell'individualismo. Al contrario, esso si accompagna ad un senso di solidarietà e ad un impegno nel volontariato sempre più diffuso, che dimostra uno spiccato interesse per la partecipazione sociale e per l'impegno civile, in forme non tradizionali. A tal proposito, le nuove generazioni sembrano muoversi su piccoli obiettivi locali, dalla lotta alla TAV all'emergenza rifiuti, mostrando come la Rete non sia solo uno strumento di comunicazione, ma un modello politico totalmente nuovo: una forma di democrazia diretta, dal basso, che riesce a saltare la mediazione del politico di professione e a creare connessioni e relazioni inedite.

L'insofferenza e il disinteresse verso la vita politica nascono dalla difficoltà a comprenderne il senso attraverso riti e linguaggi desueti e complessi, che le nuove modalità comunicative tendono a semplificare. Inoltre, il disagio e il disorientamento giovanili sono probabilmente riconducibili alla crisi più generale

del sistema sociale e politico che, inevitabilmente, investe e condiziona fortemente le dinamiche che regolano l'universo giovanile. In un mondo che cambia così velocemente, in cui le innovazioni e le accelerazioni investono e influenzano i linguaggi della *Bit Generation*, che sembrano interpretare ed anticipare il mutamento, la politica, oltre a dare risposte concrete, dovrebbe ripensare alle modalità di comunicazione, adottando nuove forme espressive, più vicine all'universo giovanile.

L'apertura dei giovani alle nuove forme di comunicazione, la diffusa capacità tecnica nell'utilizzarle, la loro predisposizione alla socialità sembrano allontanare dai timori di ripiegamento solipsistico spesso adombrati da chi tende a sottolineare il rischio di isolamento indotto da un uso continuativo del computer o dello smartphone, anche se portano con sé nuove potenziali patologie. Inoltre, le web community sembrano rappresentare uno strumento particolarmente efficace per generare e alimentare il capitale sociale degli utenti del Web, anche se, in questo caso, è più difficile parlare di «relazioni stabili», considerata la «liquidità» della Rete. La diffusione del web e le possibilità di interazione offerte dalle ICT sembrano contribuire alla creazione di capitale sociale, ma anche a rafforzare le possibilità democratiche e l'impegno civico: pertanto quello tra Internet-cittadinanza-democrazia potrebbe risultare un circolo virtuoso. I giovani sono i reali protagonisti di questo cambiamento anche se utilizzano Internet prevalentemente per creare rapporti amicali e/o come medium di comunicazione e non sempre sono consapevoli dei potenziali rischi che il Web nasconde. Rischi che si riferiscono, ad esempio, alle diverse forme di dipendenza dalle tecnologie digitali o alla tutela della propria privacy che, nel delicato rapporto tra sfera pubblica e dimensione privata, risulta sempre più labile.

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. Attraverso l'uso dei social media, i giovani, e non solo, vivono l'esperienza quotidiana sovrapponendo la dimensione pubblica con quella privata, e viceversa, in un continuo gioco di rimandi e intersezioni costanti.

In questo senso – sottolinea Giovanni Boccia Artieri [2012, 13] – la Rete 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)».

Tale fenomeno culturale investe, in modo particolare, i processi di costruzione sociale delle identità individuali che, nel caso delle nuove generazioni, risultano chiaramente in via di definizione. L’età giovanile, come già sottolineato, è comunemente considerata una condizione transitoria, di passaggio, dall’adolescenza all’età adulta. Tale condizione in costante divenire favorisce la predisposizione ai cambiamenti e pone i giovani, che sono chiaramente in formazione e con una personalità non ancora strutturata, in una continua dialettica tra routine e innovazione.

In una società in cui tutto cambia velocemente, l’innovazione sembra divenire *routine*. Così come sottolinea Gabriella Paolucci [2007, 136], «il familiare, l’abitudine, il noto, non sembrano costituiti più tanto dal “sempre uguale”, quanto dal “sempre nuovo”. Il nuovo sta diventando insomma “ordinario” e i giovani devono fare i conti con tale forma di «innovazione routinizzata». Tuttavia, proprio la loro personalità in formazione, in transito, non ancora strutturata, permette alle nuove generazioni di gestire i cambiamenti, reagendo agli imprevisti e all’imprevedibilità degli eventi e dei processi di innovazione. Le diverse forme culturali e creative, i linguaggi musicali, le forme espressive e le modalità di partecipazione sociale che caratterizzano l’universo giovanile ci permettono di cogliere ed interpretare i mutamenti in atto e, talvolta, di intravedere il futuro, o uno dei tanti possibili.

Riferimenti bibliografici

BAUMAN, Z.

1996, *Le sfide dell'etica*, Feltrinelli, Milano.

1999, *La società dell'incertezza*, il Mulino, Bologna.

BECK, U.

1986, *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne* (trad. it. a cura di W. Privitera, *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, Carocci, Roma, 2000).

2002, *Individualization*, Sage, London.

BENNETT, A.

1999, *Subcultures or Neo-Tribes?: Rethinking the relationship between youth, style and musical taste*, Sociology.

BENNETT, A., PETERSON, R.A.,

2004, *Music Scenes: Local, Trans-Local and Virtual*, Vanderbilt University Press, Nashville.

BOCCIA ARTIERI, G.

2012, *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*, Franco Angeli, Milano.

BOURDIEU, P.

1980, *Le capital social*, Actes de la Recherche en Sciences Sociales, 3, pp. 1-6.

CANEVACCI, M.

1999, *Culture estreme. Mutazioni giovanili nei corpi delle metropoli*, Meltemi, Roma.

CAPUTO, A.

2007, *La partecipazione giovanile*, in L. Savonardo (a cura di), *Figli dell'incertezza. I giovani a Napoli e provincia*, Carocci, Roma, pp. 111-140.

CARR, N.

2010, *The Shallows. What the Internet is doing to Our Brains*, Norton, New York (trad. it. *Internet ci rende stupidi? Come la Rete sta cambiando il nostro cervello*, Raffaello Cortina, Milano, 2011).

CHAMBERS, I.

1985, *Urban Rhythms. Pop Music and Popular Culture*, Mac Millan, London (trad. it. *Ritmi urbani. Pop music e cultura di massa*, Arcana, Roma, 2003).

COLOMBO, F.

2012, *Come eravamo. Il ruolo dei media nell'identità generazionale*, in F. Colombo, G. Boccia Artieri, L. Del Grosso, L. Destrieri, F. Pasquali, M. Sorice (a cura di), *Media e generazioni nella società italiana*, Franco Angeli, Milano, pp. 13-32.

CRESPI, F. (a cura di),

2005, *Tempo vola*, il Mulino, Bologna.

DAL LAGO, A., MOLINARI, A. (a cura di)

2001, *Giovani senza tempo. Il mito della giovinezza nella società globale*, Ombre Corte, Verona.

DE KERCKHOVE, D.

1997, *Connected Intelligence. The Arrival of The Web Society*, Sommerville, Toronto (trad. it. *L'intelligenza connettiva. L'avvento della web society*, Aurelio De Laurentiis Multimedia, Roma, 1999).

DE KERCKHOVE D.

2001, *The Architecture of Intelligence. The Information Technology Revolution in Architecture*, Birkhäuser, Boston (trad. it. *L'architettura dell'intelligenza. La rivoluzione informatica*, Testo & Immagine, Torino, 2001).

2004, *Gestire l'intervallo*, in L. Savonardo (a cura di), *Musicman machine. Arte e nuove tecnologie nell'era digitale*, Graus Editore, Napoli, pp. 55-64.

2016, *La rete ci renderà stupidi?*, Lit Edizioni, Roma.

DIAMANTI, I. (a cura di)

1999, *La generazione invisibile. Inchiesta sui giovani del nostro tempo*, Il Sole 24 ore, Milano.

FERRAROTTI, F.

1996, *Rock, rap e l'immortalità dell'anima*, Liguori, Napoli.

GALLINO, L.

1978, *Dizionario di sociologia*, UTET, Torino.

HALL, S., JEFFERSON, T.

1976, *Resistance Through Rituals: Youth Subculture in Post-War Britain*, Hutchinson, London.

HEBDIGE, D.

1979, *Subculture. The Meaning of Style*, Methuen, London (trad. it. *Sottocultura. Il fascino di uno stile innaturale*, Costa & Nolan, Genova, 1983).

JEDLOWSKI, P.

2009, *Il mondo in questione. Introduzione alla storia del pensiero sociologico* (Nuova edizione), Carocci, Roma.

JOVANOTTI

2000, *Le ragioni del popolo di Seattle*, La Repubblica, 5 ottobre.

LAMBERTI, A.

2004, *Ma i giovani sognano pecore elettriche?* in L. Savonardo, *Musicman_machine. Arte e nuove tecnologie nell'era digitale*, Graus Editore, Napoli, pp. 37-40.

LECCARDI, C.

2005, *I tempi di vita tra accelerazione e lentezza*, in F. Crespi (a cura di), *Tempo vola*, Il Mulino, Bologna, pp. 49-85.

LÉVY, P.

1997, *Cyberculture*, Éditions Odile Jacob/ Éditions du Conseil de l'Europe (trad. it. *Cybercultura. Gli usi sociali delle nuove tecnologie*, Feltrinelli, Milano 1999).

LULL, J.

1987, *Popular music and communication*, Sage Publications, Newbury Park CA/
London.

MARTUCCELLI, D.

2010, *La société singulariste*, Armand Colin, Paris.

2016, *L'affectivité implicative et la vie en société*, Quaderni di Teoria Sociali, 1.

MELUCCI, A.

1994, *Creatività: miti, discorsi, processi*, Feltrinelli, Milano.

MUGGLETON, D.

2000, *Inside subculture: The postmodern meaning of style*, Berg Publishers.

PAOLUCCI, G.

2007, *La routine dell'innovazione*, Quaderni di teoria sociale, 7, pp. 131-140.

PECCHINENDA, G.

2001, *Almeno credo! L'identità incerta: tra musica e sociologia*, in L. Savonardo (a cura di), *I suoni e le parole. Le scienze sociali e i nuovi linguaggi giovanili*, Oxiana, Napoli 2001, pp. 47-67.

RHEINGOLD, H.

2012, *Net smart. How to Thrive Online*, Mit, Boston (trad. it. *Perché la Rete ci rende intelligenti*, Raffaello Cortina, Milano, 2013).

SAVONARDO, L. (A CURA DI)

2001, *I suoni e le parole. Le scienze sociali e i nuovi linguaggi giovanili*, Oxiana, Napoli.

2007, *Figli dell'incertezza. I giovani a Napoli e provincia*, Carocci, Roma.

SAVONARDO, L.

2010, *Sociologia della Musica. La costruzione sociale del suono dalle tribù al digitale*, Utet, Torino.

2013, *Bit Generation. Culture giovanili, creatività e social media*, FrancoAngeli, Milano.

SIBILLA, G.

2003, *I linguaggi della musica pop*, Bompiani, Milano.

THORNTON, S.

1995, *Club cultures: music, media and subcultural capital*, University Press of New England (trad. it. *Dai club ai rave. Musica, media e capitale sottoculturale*, Feltrinelli, Milano 1998).