

MODA E STRATIFICAZIONE SOCIALE

Milano 11 maggio

- ABSTRACT -

MODA E CONSUMO DELLE TECNOLOGIE.

DISTINZIONE, DISVESTIMENTO E STRATIFICAZIONE DI GENERE DELL' IPOD

Paolo Magaudda (Dipartimento di Sociologia, Università di Padova) – paolo.magaudda@unipd.it

Tra i vari oggetti di consumo, le tecnologie costituiscono un caso al tempo stesso convenzionale e peculiare. Per un verso, infatti, le tecnologie, come altri oggetti di consumo, sono sottoposte da parte degli individui a processi di incorporazione, finalizzati a riassorbirne la materialità e il significato sociale nell'universo delle proprie culture e identità (Miller, 1987). Per un altro verso, esse presentano invece caratteristiche peculiari, che non riguardano solamente il fatto di incarnare, nella loro stessa evoluzione tecnica, il «desiderio per il nuovo» (Campbell, 1992). In modo ancora più profondo, l'uso e il consumo delle tecnologie introducono, nei meccanismi di appropriazione, un ulteriore e centrale aspetto, ovvero la necessità da parte dei consumatori di articolare, attorno ad esse, specifiche competenze tecniche di uso (Pantzar, 1997; Sorensen *et al.* 2000; Shove, 2003).

In questo contributo si mostrerà – attraverso la presentazione di materiali di una ricerca sugli usi delle tecnologie musicali, basata su 20 interviste qualitative e sull'analisi della rappresentazione – come attorno al lettore di musica digitale Apple iPod si generino sia processi sociali e culturali che caratterizzano gli oggetti di consumo in generale, sia nuove forme di stratificazione legate alla dimensione tecnica e «esperta» delle conoscenze implicate nel suo uso. In particolare, la presentazione si soffermerà su almeno tre differenti aspetti dell'uso e del consumo del lettore iPod.

In primo luogo, si mostrerà come l'iPod sia al centro di processi di distinzione sociale (Bourdieu, 1979) e come, inoltre, esso possa diventare una risorsa per generare forme di riconoscimento di gruppo tra i giovani studenti di scuola superiore, in particolare attraverso la pratica del dono (Mauss, 1923/24). In secondo luogo, si mostrerà come l'iPod sia oggetto di ulteriori processi rituali di consumo, come per esempio quello del *disvestimento* (McCracken, 1988). In particolare, si sottolineerà come un oggetto il cui significato culturale costituisce anche il risultato di processi di significazione globali, legati al valore del *brand* Apple (Lury, 2004), possa generare nei consumatori processi ambivalenti di presa di distanza e di riconoscimento.

Infine, il contributo si soffermerà su come l'appropriazione e l'uso dell'iPod si articolino diversamente tra ragazzi e ragazze. Questa stratificazione di genere coinvolge due questioni distinte, ma strettamente interrelate tra di esse. Infatti, per un verso, certi usi dell'iPod si inscrivono in preesistenti «pratiche sociali» (Schatzky *et al.*, 2001; Warde, 2005), che si articolano in forma differente tra ragazzi e ragazze – come l'uso del computer, la passione per la musica, il *leisure* incentrato sulle nuove tecnologie. Per un altro verso, proprio queste differenti pratiche stratificate sono all'origine delle distinte interpretazioni, da parte di ragazzi e ragazze, delle forme di uso e di consumo dei lettori portatili di musica digitale.

Riferimenti

- Bourdieu, P., 1979, *La distinzione*, trad. it., Bologna, Il Mulino, 1982.
- Campbell, C., 1992, *The desire for the new: its nature and social location as presented in theories of fashion and modern consumption*, in R. Silverstone e E. Hirsh (a cura di), *Consuming technologies: media and information in domestic spaces*, London e New York, Routledge pp. 48-66.
- Lury, C., 2004, *Brands*, London, Routledge.
- Mauss, M., 1923/24 *Saggio sul dono: forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche*, trad. it. Torino, Einaudi, 2002.
- McCracken, G., 1988, *Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic of Consumer Goods and Activities*, Bloomington, Indiana University Press.
- Miller, D., 1987, *Material Culture and mass Consumption*, Oxford, Basil Blackwell.
- Pantzar, M., 1997, *Domestication of Everyday Life Technology: Dynamic Views on the Social Histories of Artifacts*, in «Design Issues», 13, pp. 52-65.
- Schatzky, T., Knorr Cetina, K. e Von Savigny, E. (a cura di), 2001, *The practice turn in contemporary theory*, London, Routledge.
- Shove, E., 2003, *Comfort, cleanliness and convenience: the social organization of normality*, Oxford, Berg.
- Sorensen, K. H., Aune, M. e Hatling, M., 2000, *Against linearity: on the cultural appropriation of science and technology*, in M. Dierkes, e C. von Grote (a cura di), *Between understanding and trust - the public, science and technology*, Amsterdam, Harwood Academic Publishers, pp. 237-257.
- Warde, A., 2005, *Consumption and Theories of Practice*, in «Journal of Consumer Culture», 5 (2), pp. 131-153.