



Una nova escena del drama entre vell i jove / New performance of the old vs. young drama

a

Una nova escena del
drama entre vell i jove

New performance of
the old vs. young
drama

Zygmunt Bauman



Generalitat de Catalunya
Departament d'Acció Social i Ciutadania
Secretaria de Joventut



Generalitat de Catalunya
Departament d'Acció Social i Ciutadania
Secretaria de Joventut

a

Una nova escena del
drama entre vell i jove

New performance of
the old vs. young
drama

Zygmunt Bauman



Generalitat de Catalunya
Departament d'Acció Social i Ciutadania
Secretaria de Joventut

Bauman, Zygmunt

Una Nova escena del drama entre vell i jove = New performance of the old vs. young drama. – (Col·lecció Aportacions ; 36)

Text en català i anglès. – Bibliografia

ISBN 9788439378068

I. Catalunya. Secretaria de Joventut II. Títol III. Títol: New performance of the old vs. young drama IV. Col·lecció: Aportacions ; 36

1. Conflicte generacional 2. Joves 3. Identitat (Psicologia)

304-053.7

Aquesta publicació es pot consultar a www.gencat.cat/joventut/observatori. També es pot sol·licitar i/o consultar al Centre de Documentació Juvenil de la Secretaria de Joventut.

Col·lecció Aportacions. Observatori Català de la Joventut

© Generalitat de Catalunya
Departament d'Acció Social i Ciutadania
Secretaria de Joventut

1a edició: setembre 2008

Tiratge: 4.000

Disseny: Unitat d'autoedició i disseny. Secretaria de Joventut

Maquetació: Jesús Andinach Grífol

Impressió: CEGE

D. L.: B-36688-2008

ISBN: 9788439378068

ÍNDEX

L'Observatori Català de la Joventut, impulsor de la recerca en joventut a Catalunya	5
Presentació	7
Introducció	9
1. L'art de la vida: modernitat i postmodernitat	11
2. A la recerca dels 'Big Bangs'	14
3. Entre el món virtual i el món fora de línia	17
4. Tan a prop, tan lluny... ..	26
5. Entre vell i jove: el mercat	30
6. Preparant-se per a la vida en un món modern líquid	32

SUMMARY

The Catalan Youth Observatory: a driving force for research into youth issues in Catalonia	37
Presentation	39
Introduction	41
1. The Art of Life – Modern and Postmodern	43
2. In search of 'Big Bangs'	46
3. Between on-line and off-line worlds	48
4. So near, so distant... ..	57
5. Between Old and Young – the Market	61
6. Preparing for Life in Liquid-Modern World	63
Bibliografia / Bibliography	67

L'Observatori Català de la Joventut, impulsor de la recerca en joventut a Catalunya

L'Observatori Català de la Joventut (Secretaria de Joventut de la Generalitat de Catalunya), es va crear l'any 2000 per impulsar la investigació, la formació i la divulgació de publicacions en l'àmbit de la gent jove per tal de conèixer i comprendre en detall la realitat juvenil catalana.

La seva missió és garantir que les polítiques de joventut es dissenyin en base a la comprensió de la realitat social dels i les joves i, per tant, aquestes responguin a les seves necessitats reals.

A través de la generació constant d'informació sobre les condicions de vida de la gent jove, amb la recerca social, la formació als i les professionals en joventut i l'assessorament metodològic als agents implicats en la definició i desenvolupament de les polítiques de joventut, l'Observatori Català de la Joventut pretén consolidar unes polítiques de joventut fortes i innovadores.

Els destinataris principals de l'Observatori són els i les professionals de les polítiques de joventut, aquells qui dissenyen, desenvolupen i avaluen les actuacions vers el jovent, així com també ho són els responsables polítics que orienten i prioritzen l'acció i els recursos públics. D'altra banda, l'Observatori és proveït de dades i coneixement a través del treball de col·laboració amb investigadors, centres de recerca, universitats i altres departaments de la Generalitat.

La funció principal de l'Observatori és oferir recursos pel desenvolupament de les polítiques de joventut. Ho fa en termes de recerca, de formació i d'acompanyament als municipis en les seves polítiques locals. En la vessant formativa, es programa una formació bàsica, contínua i específica als i les professionals de joventut i als càrrecs electes amb una sèrie de cursos, seminaris i trobades de professionals, destacant el suport al Màster Interuniversitari en Joventut i Societat, iniciativa de sis universitats públiques catalanes.

De forma complementària, un equip de tècnics acompanya des de la proximitat als professionals per a dissenyar, actualitzar, implementar i avaluar

les polítiques de joventut i aquelles actuacions adreçades a la joventut que es fan des dels ens locals.

Des de l'Observatori s'impulsa i estimula als investigadors cap a la recerca en joventut, alhora que és un motor de producció de coneixement mitjançant l'encàrrec directe d'estudis. La promoció de la recerca es amb la convocatòria del Premi Joventut i els ajuts a projectes d'estudi i anàlisi i a la formació especialitzada per a investigadors i investigadores en matèria de joventut. La segona via de producció de coneixement es materialitza en l'edició de publicacions, les quals tracten temes com la creació de la identitat dels joves, les polítiques de joventut a Europa, immigració, educació, salut, emancipació, treball i un llarg etcètera vinculat als joves. Cal destacar també l'Enquesta de Joventut que es publica des de l'any 1985. L'Observatori disposa de les col·leccions Aportacions, Estudis i Sinèrgia, totes elles en paper, i també de la col·lecció e-Quaderns, en format digital.

Puntualment, l' Observatori col·labora i participa en espais de reflexió sobre la joventut, tal com enguany està present, al I er Fòrum de l'Associació Internacional de Sociologia 2008 a Barcelona.

PRESENTACIÓ

És un plaer presentar-vos aquest text inèdit del sociòleg polonès Zygmunt Bauman, elaborat a petició de l'Observatori Català de la Joventut, de la Secretaria de Joventut, en el marc de la seva invitació al I Fòrum Internacional de Sociologia de l'Associació Internacional de Sociologia, realitzat a Barcelona del 5 al 8 de setembre de 2008.

Des de l'Observatori Català de la Joventut, com a institució de recerca especialitzada en l'anàlisi de la joventut, sovint constatem que algunes recerques sobre el col·lectiu juvenil n'acaben oferint una imatge distorsionada, exagerada, i amb tendència a identificar els i les joves amb valors, fets i comportaments negatius. Així mateix, alguns mitjans de comunicació recreen també de forma força estereotipada la gent jove. D'aquesta manera, no resulta fàcil comprendre les motivacions, les causes dels comportaments i les situacions vitals de les persones joves.

Podríem anomenar "efecte microscopi" aquesta tendència a analitzar el col·lectiu jove com quelcom separat i aïllat de la societat de la qual forma part, de manera que les seves actituds i comportaments són presentats de forma difícilment comprensible. L'estudi de la joventut esdevé així, en alguns casos, part del procés de construcció de la imatge d'una joventut estranya i estrambòtica aliena als valors i processos socials imperants.

És necessari, per tant, disposar de marcs d'anàlisi amplis que ens ajudin a contextualitzar l'estudi i la reflexió al voltant del món juvenil i permetin connectar els processos de canvi global amb les pràctiques i situacions quotidianes de les persones joves, i així poder contribuir a generar instruments d'intervenció que responguin a les seves necessitats reals.

L'encàrrec realitzat a Z. Bauman respon a la voluntat de generar un aparell teòricoconceptual que contribueixi a comprendre millor els processos de canvi global i el seu impacte sobre les persones joves.

El prolífic autor de la *Modernitat líquida*, entre d'altres, ha utilitzat el seu bagatge teòric per reflexionar sobre els canvis identitaris dels i les joves respecte les generacions precedents, ens dibuixa un escenari en què els i les joves, fruit de l'adveniment d'un nou model de societat, els toca viure en l'ara i aquí.



Esperem que la lectura us resulti estimulants i contribueixi a facilitar la comprensió de les transformacions que s'estan produint en la manera actual de ser jove.

Observatori Català de la Joventut

INTRODUCCIÓ

La desconfiança mútua entre generacions (sovint simplificada com un enfrontament entre la generació dels "joves" i la dels "vells") ve de lluny. Se'n poden trobar símptomes en períodes força reculats de la història. De tota manera, aquesta desconfiança s'ha fet més visible en l'era moderna, marcada per una transformació permanent, ràpida i profunda de les condicions vitals. L'acceleració radical dels canvis que és característica dels temps moderns permet que, en el decurs d'una sola vida humana, es percebi "que les coses canvien constantment" i "que no són com eren fins ara": justament la mena de transformació que, abans, implicava una vinculació (o un nexa causal) entre els canvis en la condició humana i el pas de les generacions.

Des que va començar l'era moderna, els grups d'edat que arriben al món en estadis diferents de la transformació constant tendeixen a fer valoracions marcadament diferents de l'època que comparteixen. El que alguns grups consideren que és "natural", "la manera com són les coses", "la manera com es fan les coses normalment" o "s'haurien de fer", per a uns altres pot ser una aberració: una situació estranya, anormal, i potser fins i tot il·legítima i inacceptable, injusta i abominable. El que a alguns grups d'edat els pot semblar una condició confortable i acollidora, perquè permet posar en pràctica les aptituds i les rutines apreses i dominades, per a uns altres pot ser estrany i descoratjador. N'hi ha que se sentiran com un peix a l'aigua en situacions en què uns altres se sentiran incòmodes, desconcertats i perduts.

Avui dia, les diferències de percepció han esdevingut tan multidimensionals que, a diferència del que succeïa en els temps premoderns, les generacions dels grans ja no veuen els joves com uns "adults en miniatura", com uns "futurs adults" o com unes "persones que encara no són madures però que acabaran madurant" (i arribaran a ser "madures com nosaltres"). Sobretot, no consideren que els joves "s'estiguin fent adults com nosaltres", sinó que els veuen com un altre tipus de persones, que continuaran sent diferents de "nosaltres" al llarg de les seves vides. Les diferències entre "nosaltres" (els grans) i "ells" (els joves) ja no són percebudes com una molèstia temporal destinada a dissoldre's i evaporar-se quan els joves (inevitablement) es facin grans.

Com a conseqüència, els vells i els joves tendeixen a mirar-se els uns als altres amb una barreja d'incomprensió i d'interpretacions equivocades.



Els vells tenen por que els nouvinguts estiguin a punt d'espantllar i destruir aquella "normalitat" (acollidora, confortable, digna) que ells, la generació dels grans, han construït i preservat amb cura; els joves, en canvi, volen arreglar el que els vells han espantllat i arruïnat. Cap dels dos grups no està satisfet (o almenys no ho està del tot) amb la situació actual i el curs que sembla que pren el món, i cada grup culpa l'altre del seu malestar. En dos números consecutius d'un setmanari britànic molt respectat es van publicar dos retrets completament diferents: un columnista va acusar "els joves" de ser "obtusos i ganduls", d'anar pel món "infectats de malalties venèries" i de ser "uns ineptes". Un lector va respondre que els joves suposadament mandrosos i despreocupats "obtenen uns resultats acadèmics molt bons" i "es preocupen pels problemes que els adults han creat".¹ En aquest cas, com en molts altres desacords semblants, la diferència estava en les valoracions i els punts de vista subjectius de cada part. En casos com aquest és difícil que la controvèrsia resultant pugui ser resolta "objectivament".

Entre els estudis dels sociòlegs, caracteritzats per la voluntat de dotar d'objectivitat les seves descripcions, Hanna Swida-Ziembra², una acurada i perspicaç observadora i analista dels canvis intergeneracionals i, concretament, dels modes de vida emergents, ha fet notar recentment que, si "les persones de les generacions anteriors se situaven a si mateixes tant en el passat com en el futur", per als nous joves d'avui només existeix el present. "Els joves amb qui vaig parlar durant l'estudi realitzat entre el 1991 i el 1993 preguntaven per què hi ha tanta violència al món o si és possible aconseguir la felicitat. Aquestes qüestions ja no són importants per a ells."

Swida-Ziembra parlava dels joves polonesos, però –en un món com el nostre, que es globalitza ràpidament– hauria trobat tendències molt semblants en qualsevol país o continent on hagués fet el seu estudi. El fet que recollís les dades a Polònia –un país que tot just surt d'un llarg període dominat per un règim autoritari que va conservar d'una manera artificial els modes de vida que havien estat abandonats en altres indrets, un règim que reglamentava les maneres com era permès dissenyar i seguir un itinerari vital– simplement va fer que el seu estudi reflectís d'una manera condensada les tendències generals. A Polònia, els canvis universals eren més abruptes i marcats que en la majoria dels països "occidentals" i, per tant, eren més fàcils de detectar.

1 *The Guardian Weekend* [en línia]. <<http://www.guardian.co.uk/weekend>> [Data: 4 i 11 d'agost de 2007].

2 Sokolińska, Joanna. 'Wysokie Obcasy' a *Gazeta Wyborcza* [en línia]. <<http://wyborcza.pl/0,0.html>> [Data: 6 de novembre de 2006].

I. L'ART DE LA VIDA: MODERNITAT I POSTMODERNITAT

Tal com suggeria Michel Foucault, podem extreure una sola conclusió del fet que actualment “la identitat no ve donada”: que les nostres identitats (les respostes a les preguntes “qui sóc?”, “quin és el meu lloc al món?”, “per què sóc aquí?”) han de ser creades tal com es creen les obres d’art. A efectes pràctics, la pregunta de “si la vida d’un ésser humà és una obra d’art” (o, més concretament, “si cada individu pot ser l’artista de la seva vida”) és purament retòrica, ja que l’única resposta possible és un “sí”. A partir d’aquí Foucault planteja la pregunta següent: si una làmpada o una casa poden ser obres d’art, per què no ho pot ser la vida humana? (Rabinow, 1984: 350). Suposo que “els nous joves” i “les persones de les generacions anteriors” amb les quals Swida-Ziemba els contraposa haurien estat totalment d’acord amb les idees de Foucault, però també suposo que els dos grups que Swida-Ziemba juxtaposa entendrien el concepte d’“obra d’art” de maneres diferents.

Les persones de les generacions anteriors potser pensarien en alguna cosa imperible i de valor durador, resistent al pas del temps i als capricis del destí. Seguint els costums dels grans mestres de la pintura, prepararien les teles meticulosament abans de fer la primera pinzellada, amb la mateixa atenció amb què triarien els dissolvents per tal d’assegurar-se que les capes de pintura no es faran malbé quan s’assequin i per tal que conservin la frescor dels colors al llarg dels anys, i si pot ser eternament. La generació jove, en canvi, buscaria les habilitats i les pautes a imitar entre les pràctiques populars dels artistes actuals: en els “*happenings*” i les “instal·lacions”. *Happenings* que ningú (ni els seus dissenyadors, ni els productors, ni els participants principals) no està segur del camí que prendran; la seva trajectòria està a la mercè del destí (que és “cec”, incontrolable); mentre tenen lloc pot passar qualsevol cosa però no hi ha res que se sàpiga segur que passarà. I instal·lacions que han de ser fetes d’elements fràgils i efímers, preferentment “autodegradables”, perquè tothom sap que les instal·lacions no sobreviuen a la clausura de la mostra. La sala d’exposicions s’haurà de buidar de trossos i peces que ara són inútils, de les relíquies del passat, per poder oferir noves mostres. Els joves també associen les obres d’art amb els pòsters i altres materials impresos que decoren les parets de les seves habitacions. Saben que els pòsters, com el paper de la paret, no decoraran les seves habitacions per sempre. Aviat caldrà “posar-se al dia” i treure-ho tot per fer lloc als nous (i encara desconeguts) ídols.

Totes dues generacions ("l'anterior" i "la nova") imaginem obres d'art segons el patró de les experiències que han tingut en el món –i se suposa i s'espera que l'art ha d'explorar, revelar i sotmetre a escrutini el veritable significat i la naturalesa real d'aquest món. S'espera que el treball dels artistes faci més intel·ligibles els seus mons respectius, que els faci potser del tot comprensibles ("transparents"); però abans que això passi les generacions que experimenten aquests mons ja coneixen o almenys intueixen les seves formes gràcies al fet de ser-ne "testimonis presencials", per dir-ho d'alguna manera: gràcies a la seva experiència personal i les històries que es contenen per explicar el món i interpretar-lo. Fermament oposats a les generacions anteriors, els joves d'avui dia tendeixen a pensar que no es pot jurar fidelitat a un camí traçat abans de començar el viatge de la vida, i que el destí impredecible, jugant amb oportunitats i amenaces, acabarà desviant i redirigint l'itinerari que ells mateixos han planificat. Swida-Ziembra diu que, per exemple, alguns joves polonesos "han experimentat el fet de veure com un company progressava dins l'empresa i arribava dalt de tot, però aleshores l'empresa feia fallida i l'amic perdia tot el que havia guanyat. És per aquesta raó que potser deixaran els estudis, que els anaven molt bé, i se n'aniran a Anglaterra a treballar en una empresa de construcció". Molts altres joves no pensen gens en el futur (és una pèrdua de temps, oi que sí?); no esperen que la vida reveli cap lògica, tret d'un cop de sort (potser) i peles de plàtan a les voreres (potser, també), i per això "volen que cada instant sigui agradable". En efecte, cada instant. Com que és impossible calcular quina mena de beneficis futurs comportaran (si és que en comporten cap) els sacrificis fets en el present, ¿per què s'ha de renunciar als plaers que es poden obtenir de l'"ara i aquí"? Un moment sense plaer és un moment perdut. Irremissiblement perdut.

L'"art de la vida" pot tenir significats diferents per a les diverses generacions, però tant els joves com els vells el practiquen i segurament no poden deixar de fer-ho. El curs de la vida i el significat de cada episodi vital, així com "el propòsit general" de la vida o la seva "finalitat última", són vistos avui dia com feines de bricolatge que ha de fer un mateix, encara que només es tracti de triar i muntar mobles empaquetats en peces a la manera d'IKEA. Com en el cas dels artistes, s'espera que tothom qui practica l'art de la vida es faci plenament responsable del resultat de la feina, i pot estar segur que rebrà elogis o crítiques per aquest resultat. Actualment, cada home i cada dona és un artista, no tant per tria personal com, si se'm permet dir-ho així, per decret del destí universal.

“Ser artista per decret” implica que la no-acció també compta com una acció; tant nedar i navegar com deixar-se portar a la deriva per les ones són considerats a priori actes d’art creatiu i, retrospectivament, són recordats com a tals. Ni tan sols les persones que no volen creure en la successió lògica i la coherència, la continuïtat i les conseqüències de les seves eleccions, decisions i accions, en la possibilitat de dominar el destí advers, d’invalidar els veredictes de la providència i de mantenir un curs fix, preestablert i preferit en la vida; ni tan sols aquestes persones no es queden assegurades amb els braços plegats: necessiten “col·laborar amb el seu destí” encarregant-se de totes les petites tasques que les circumstàncies els reclamen com si seguissin les instruccions de muntatge d’un moble. De la mateixa manera que els que no veuen cap sentit en el fet d’ajornar les satisfaccions i decideixen viure “el moment”, les persones que es preocupen per l’esdevenidor i actuen amb prudència per tal de no frustrar les oportunitats futures estan convençudes de la volatilitat de les promeses de la vida. Sembla que tant els uns com els altres s’han resignat a acceptar que no hi ha decisions infal·libles, que és impossible predir exactament quin dels innumerables passos a triar serà (retrospectivament!) l’adequat. Mentre cultiven el seu propi jo i les seves pròpies vides, l’únic que poden fer és continuar fent suposicions sobre quina de les llavors sembrades a l’atzar donarà fruits abundants i sans, i quines flors es marciran abans que arribi una sobtada ràfega de vent o abans que una vespa a la recerca de provisions les pol·linitzi. Siguin quines siguin les seves altres creences, tots estarien d’acord que cal afanyar-se, que no fer res o fer-ho a poc a poc i d’una manera displicent –per no parlar d’acceptar el que ja s’ha fet– és dolent i perjudicial.

Sobretot els joves senten la necessitat d’intentar-ho una vegada i una altra: tal com indica Swida-Ziemia, adquireixen experiències i credencials “per si de cas”. Els joves polonesos diuen “mo e”, els anglesos dirien “perhaps”, els francesos “peut-être”, els alemanys “vielleicht”, els italians “forse”, els espanyols “tal vez” i els catalans “potser”, però tots volen dir el mateix: qui pot assegurar que aquest número, i no aquell altre, sortirà guanyador en el proper sorteig de la vida? I els únics números que no tenen possibilitats de guanyar són els que no comprem. Els estudis sobre l’escala temporal dels joves contemporanis presenten la mateixa imatge en tots els països on es realitzen: molt pocs, si és que n’hi ha cap ho faci, pensen en les seves vides d’aquí a deu anys. Atès que, en el nostre món canviant, el futur “a llarg termini” és aclaparadorament impredecible, preocupar-se’n es considera actualment una absoluta pèrdua de temps. Cal, doncs, centrar l’atenció i els esforços en el que es té just al davant, en el marc del projecte



en què estem involucrats, ja sigui la carrera, la parella, una volta al món planificada, una sol·licitud de feina... De l'impacte que l'episodi que vivim ara i aquí tindrà en la resta de les nostres vides no en podem dir res; raó de més per concentrar tota la nostra energia i tota la nostra capacitat de comprensió en la tasca que ens ocupa en el moment present.

2. A LA RECERCA DELS 'BIG BANGS'

La generació jove d'avui no percep el temps com un fenomen cíclic o lineal, sinó com un fenomen "puntillista": igual que en els quadres de Seurat, Signac o Sisley, cada "punt" és minúscul, però alhora, com sabem gràcies als cosmòlegs, pot esdevenir un moment de *big bang*, encara que, a diferència del que succeeix en les pintures llegades pels mestres de l'escola puntillista (quadres en què cada punt ha estat col·locat sense ambigüitats en el seu lloc i en què la mida de les coses ha estat fixada definitivament perquè les vegem amb tota claredat i sempre de la mateixa manera), és completament impossible predir quin moment serà un *big bang*. Els cosmòlegs ens poden dir amb tota precisió què va passar en l'univers una fracció de segon o mil milions d'anys després del *Big Bang*, però no ens poden dir res de res del que va passar abans, i molt menys ens poden parlar de les seves causes o els seus precedents. Cada punt en el temps ha de ser tractat seriosament, cap no ha de passar desapercbut o se'ns ha d'escolar entre els dits.

De la percepció "puntillista" del temps en deriva d'una manera lògica una estratègia de vida molt comuna i una concepció molt habitual de l'art de viure que els estudiosos han observat entre els joves més reflexius d'avui dia. Aquesta estratègia fou expressada emfàticament per Ann-Sophie, una estudiant de 20 anys de la Copenhagen Business School, en respondre a les preguntes de Flemming Wisler³: "No vull que la meua vida em controli massa. No vull sacrificar-ho tot per la meua carrera. El més important és sentir-se còmode... Ningú vol estancar-se en la mateixa feina durant anys." En altres paraules: reserva't per a ocasions millors i deixa sempre totes les opcions obertes. Intenta assegurar-te que aquestes ocasions i opcions siguin sempre al teu abast. No diguis "fins que la mort ens separi" a res ni ningú.

3 Wisler, Flemming. 'The Thoughtful' [en línia]. Pàg. 11. <<http://www.fo-online.dk>> [Consulta: gener de 2008].

El món és ple d'oportunitats meravelloses, prometedores, impossibles de rebutjar. Seria una bogeria fer augmentar les possibilitats de perdre aquelles oportunitats lligant-te de peus i mans amb compromisos irrevocables.

La generació dels joves viu actualment en un estat d'emergència contínua. Ha de tenir els ulls sempre oberts i parar sempre les orelles per captar de seguida els senyals i els sons del que és nou, sabent que el que és nou s'apropa constantment, a la mateixa velocitat amb què se'n va i desapareix. No hi ha temps per malgastar. Reduir la velocitat equival a desapropiar oportunitats. Tornem a citar Flemming Wisler: "Avui, la gent jove pot estudiar l'equivalent a quaranta-quatre hores en un dia de vint-i-quatre com els d'abans." Aquesta capacitat es fa palesa en recerques americanes; però també a Dinamarca, el país de Wisler, els joves estan entrenats per "expandir el temps", per fer tres o quatre tasques simultàniament.

Podem suposar –només suposar, encara que tenim bons motius per pensar que és així– que les tasques que es realitzen simultàniament no es fan de la mateixa manera que les que es porten a terme amb tota l'atenció. L'arribada del puntillisme anuncia un aplanament de l'espai: se n'elimina la tercera dimensió, la de la profunditat, i la tridimensionalitat és substituïda per un conjunt de superfícies. En la llista d'aptituds vitals que els joves volen i han de dominar, l'acció de passar lliscant per damunt de les coses com qui fa surf ocupa un lloc més important que les accions cada cop més antiquades de sondejar i aprofundir. Tal com indica Katie Baldo, assessora de la Cooperstown Middle School de Nova York⁴, "els adolescents es perden coses perquè estan massa absorts en els seus iPods, mòbils i videojocs. Ho veig constantment als vestíbuls: no poden saludar ni aixecar la mirada". El fet de tenir contacte visual i saber que hi ha una altra persona a prop comporta una pèrdua: dedicar un temps preciós i escàs a "aprofundir" és una decisió que pot interrompre el coneixement d'altres aspectes interessants. En aquesta vida d'emergència constant, les relacions virtuals superen fàcilment la realitat. A diferència d'aquesta realitat, les relacions virtuals estan proveïdes de tecles d'esborrar i d'"enviar a la brossa" que protegeixen de les conseqüències molestes de les interaccions profundes (unes conseqüències que, sobretot, requereixen molt de temps).

4 Fennessy, Donna. 'The Secret Life of Teens' [en línia]. <<http://www.wxii12.com/health/16172076/detail.html>> [Data: 6 de maig de 2008]

S'ha observat que, en la visió del món dels joves, les línies que separen el món virtual, els jocs i les xarxes socials són borroses.⁵ Per profundes que semblin des de la posició avantatjosa dels dissenyadors de tecnologia orientats a tasques i dels experts en màrqueting, les diferències entre aquestes esferes tan ostensiblement distants són insignificants quan es comparen amb “la realitat” –un món fora de línia, sense mediacions electròniques ni la protecció que ofereixen les tecles “stop”, “cancel·la” o “esborra”. L'absència de la tecla d'esborrar fa que la realitat fora de línia sembli inferior, deficient, potser fins i tot intolerable. Atès que el món real, a més, tendeix a ser un món en emergència permanent, les ordres que s'hi donen presenten una ambigüitat irritant i, en darrer terme, són impossibles de complir. Aquest món incita/aconsella/ordena els joves a estar constantment en marxa. Aquestes pressions, tanmateix, serien inútils si no es disposés de la capacitat electrònica de multiplicar les trobades interindividuals fent-les breus, superficials i d'un sol ús. És la quantitat de les connexions i no la seva qualitat el que marca la diferència entre les possibilitats de triomfar o de fracassar. En paraules de Vibike Wara⁶, “en el món virtual, la persona amb més contactes és la més influent”.

Per als joves, l'atracció principal del món virtual prové de l'absència de les contradiccions i els malentesos que marquen la vida real, fora de línia. El món virtual ofereix, alhora, el propòsit i els mitjans per arribar-hi, mentre que en el món “real” els objectius recomanats i els mitjans oferts per assolir-los sembla que estan renyits. A diferència de l'alternativa del món real, el món fora de línia fa concebible –alhora plausible i factible– la multiplicació infinita dels contactes. Ho fa a través del debilitament dels vincles, en clara oposició a l'altre món, que sabem que funciona gràcies a un esforç continu per enfortir els lligams, consistent a limitar el nombre de contactes i aprofundir en cadascun d'ells.

El món virtual promet una millora del món “real”, que és enutjós per la irrealitat de les seves condicions i/o el caràcter inadequat dels mitjans que ofereix per complir-les. Dues coses fan que el món virtual sigui particularment irresistible, i totes dues deriven dels defectes del món fora de línia: del fet que l'altre món, l'inferior, no posseeixi certes qualitats i que aquesta

5 Virtual Worlds News [en línia]. <<http://www.virtualworldsnews.com/2008/04/report-100-yout.html>> [Data: 11 d'abril de 2008]

6 Wara, Vibike. 'Mobile learning for the on generation' [en línia]. Pàg. 47. <<http://www.fo-online.dk>> [Data: gener de 2008]

mancança sigui dolorosa i profundament molesta. La primera d'aquestes dues coses és la qüestió de la identitat (més exactament, com intentaré mostrar, de l'autocomercialització) i la segona, la qüestió de la comunitat (més precisament, com intentaré mostrar, de l'autoconfiança).

3. ENTRE EL MÓN VIRTUAL I EL MÓN FORA DE LÍNIA

Podem començar fixant-nos en els resultats de la recent "enquesta global sobre el jovent", que se centra en els objectius als quals els joves d'avui dediquen un volum creixent del temps que passen en el món virtual, interaccionant amb dispositius electrònics i a través d'ells. En aquest estudi podem llegir que els joves fan servir Internet per construir-se una identitat (o més d'una). El 44% dels enquestats diu que la seva identitat virtual és diferent de la que té a la vida real. Així, doncs, si bé la majoria prefereix mantenir la seva identitat real en el món virtual, un bon nombre de joves utilitza Internet per provar diverses personalitats i conceptes d'un mateix en el camí cap a l'edat adulta.

Mentre que alguns llocs web que serveixen per crear xarxes socials com Facebook i MySpace reben molta atenció, altres comunitats socials més petites tenen una saludable dosi d'assidus. El 45% dels enquestats diu que busca comunitats creades en línia al voltant d'una qüestió específica. La majoria d'aquestes comunitats giren entorn de famosos, jocs, i grups basats en la religió i l'escola. El desig de comunicar-se en línia amb persones amb qui es comparteixen interessos, ja siguin amigues o desconegudes, és un dels impulsos principals a la creació de xarxes socials. Un enquestat de Malàisia va dir: "Les meves comunitats han de tenir interessos similars. Si no, no ens entendrem." Funciona exactament així.⁷

D'ençà del començament de l'era moderna, s'ha considerat que "construir-se una identitat" és una tasca vital amb la qual han d'enfrontar-se els homes i les dones; aquesta tasca, però, es plantejava de maneres diferents a les diverses classes de la societat moderna. Dins de societats

7 Next Great Thing [en línia]. <<http://www.nextgreatthing.com/wordpress/2008/04/28/global-youth-survey-social-media/>> [Data: 28 d'abril de 2008]

fortament estratificades, marcades per una forta polarització de l'accés als valors materials i simbòlics (com ara el prestigi, el respecte, la dignitat i la protecció contra l'estigma i la humiliació), eren les persones situades "al mig", en l'espai entre la capa alta i la baixa, les qui feien front a aquesta tasca en tota la seva gravetat i grandiositat. Mentre que les classes altes no necessitaven fer res o gairebé res per conservar la seva condició superior i les classes baixes no podien fer res o gairebé res per millorar el seu destí inferior, per als membres de la classe mitjana tot el que no tenien però desitjaven era aparentment a l'abast, mentre que tot el que tenien i s'estimaven podia ser perdut fàcilment, en un moment de desatenció. Més que els membres de qualsevol altra classe, vivien en un estat d'ansietat permanent, oscil·lant constantment entre la por de caure i breus intervals de seguretat aparent i del plaer que provoca. Els fills de les famílies de classe mitjana havien d'escarrassar-se de valent si volien mantenir la fortuna de la família intacta i recrear, amb el seu propi entusiasme i la seva pròpia perspicàcia, el confortable estatus social que els seus pares havien aconseguit: era sobretot per designar les pors i els riscos típicament relacionats amb aquestes tasques que es van encunyar termes com ara *fracàs*, *decadència*, *caiguda* o *degradació social*, o l'agonia i la humiliació de ser desclassats. Certament, la classe mitjana era l'única de la societat dividida en classes que sentia la pressió constatat de dos límits socioculturals, dos límits que recordaven una primera línia de batalla més que no pas una frontera segura i pacífica. Un dels límits, el superior, era un indret on es produïen incessants sortides de reconeixement i es feia una fervorosa defensa dels pocs guals i ponts que portaven a l'altra banda. L'altre límit, el de sota, havia de ser vigilat de prop, fortificat i defensat apassionadament, ja que hi podien penetrar intrusos fàcilment i oferia poca protecció als de dins, si no es feia una guàrdia ben estricta i atenta.

Entre les raons per interpretar l'arribada de la modernitat com una transformació promoguda principalment pels interessos de la classe mitjana (o, seguint Karl Marx, com una victoriosa "revolució burgesa"), tenen molt de pes les preocupacions obsessives típiques d'aquesta classe per la fragilitat de l'estatus social i la poca confiança que aquest estatus mereix, així com els també obsessius esforços fets per defensar-lo i estabilitzar-lo. Quan es dibuixaven els contorns d'una societat que no coneixia la infelicitat, els projectes utòpics que proliferaven al començament de l'era moderna reflectien, reciclaben i registraven somnis i anhels majoritàriament propis de la classe mitjana; la societat que presentaven era, per norma general, purificada d'incerteses i, sobretot, de les ambigüitats i les inseguretats de les

posicions socials, els drets que concedien i les obligacions que reclamaven. Per diferents que fossin els projectes, eren unànimes a l'hora de fer de la durada, la solidesa i l'absència de canvi les premisses essencials d'"una bona societat" i de la felicitat humana. Dins de les ciutats utòpiques (pràcticament totes les utopies eren urbanes), les posicions socials eren moltes i diverses, però cada habitant gaudia de seguretat física i psicològica en la posició que se li havia assignat. Els projectes utòpics visualitzaven, sobretot, la fi de la incertesa i la inseguretat: és a dir, prometien un entorn social totalment predictable, sense sorpreses, que no reclamava més reformes i reconstruccions. La societat "bona", o fins i tot "perfecta", que presentaven les utopies era una societat que hauria calmat per sempre més les ansietats pròpies de la classe mitjana.

Podem dir que les classes mitjanes eren l'avantguarda que experimentava i explorava, abans que la resta de la societat, la principal contradicció de la condició existencial, destinada a esdevenir la característica universal de la vida moderna: la tensió constant entre dos valors, la seguretat i la llibertat –tots dos cobejats i indispensables per tenir una vida satisfactòria, si bé és aterridorament difícil, ai las, reconciliar-los i posseir-los i gaudir-ne simultàniament. A causa de la seva posició precària, i a causa de la necessitat de tractar com una tasca mai no acabada el que les altres parts de la societat potser veurien com un "regal gratuït" del destí, volgut o no, que els costaria poc conservar i que podrien fer poc per canviar, la classe mitjana estava especialment predisposada a assumir i enfrontar-se amb aquesta tensió. Aquesta circumstància pot explicar en part per què el fet que les preocupacions i els reptes originàriament específics de les classes mitjanes s'hagin escampat entre la majoria dels membres de les societats modernes ha estat considerat sovint –i correctament, tot i que no necessàriament per les raons adequades– com un "aburgesament".

Els joves que viuen entre nosaltres formen part d'una mena de societat en què la gran majoria només experimenta la condició que abans era característica de les "classes mitjanes". A diferència de l'estrat social "alt" (anomenat actualment "l'elit global") i l'estrat "baix" (avui rebatejat com a "subclasse"), els joves no han de fer front a una escassetat d'opcions, sinó a una sobreabundància de modes de vida entre els quals cal triar, i corren els enormes riscos que comporta el fet d'escollir-ne un a costa de molts altres que tenen el mateix atractiu potencial: hi ha el risc d'ensopegar, relliscar... i caure. Actualment, les ansietats dels joves, i la inquietud i la pressa que en resulten, sorgeixen, d'una banda, de l'aparent abundància d'opcions i,

de l'altra, de la por de fer una mala tria o de no fer "la millor tria possible"; en altres paraules, de l'horror que inspira la possibilitat de deixar escapar una meravellosa oportunitat quan encara hi ha temps (un temps que vola) per aprofitar-la.

A diferència del que es trobaven els seus pares i avis, educats en un estadi "sòlid" de la modernitat, ara no hi ha codis de comportament duradors i dotats d'autoritat, vinculats a opcions actualment recomanades que guiïn els qui les han triat (o les han acceptat obedientment) per un camí infal·lible. Mai no els deixarà de turmentar el pensament que un pas que han fet podria (només podria) ser un error, i que podria (només podria) ser massa tard per reparar els danys que ha causat, i encara més per revocar l'elecció desafortunada. D'aquí venen els recels davant tot el que és "a llarg termini" –ja sigui planificar-se la vida o assumir compromisos amb altres éssers vius. Hi ha un anunci –evidentment atractiu per als valors de la generació dels joves– d'un rímel que "promet bellesa durant 24 hores" i diu: "Pensa en una relació compromesa. Una carícia, i aquestes belles pestanyes perduraran malgrat la pluja, la suor, la humitat i les llàgrimes. Amb tot, el producte es pot treure fàcilment amb aigua calenta." 24 hores ja és una "relació compromesa", però ni tan sols aquest "compromís" no seria tan atractiu si no fos perquè és fàcil desprendre-se'n...

Sigui quina sigui la tria que es faci finalment, és segur que recordarà la "capa lleugera" de Max Weber, que ens podem treure del damunt quan vulguem i sense avisar, més que no pas la "caixa d'acer" del mateix pensador, que ofereix una protecció efectiva i duradora contra les turbulències però que també limita els moviments de la persona protegida i fa disminuir molt les opcions del lliure albir. El que té més importància per als joves no és tant "la construcció de la identitat" com el fet de retenir l'habilitat de reconstruir-la sempre que en tinguin la necessitat o sospitin que la tenen. La preocupació de la generació anterior per la identificació és desplaçada cada vegada més per la preocupació de la generació dels joves per la reidentificació. Les identitats han de ser d'un sol ús; una identitat insatisfactòria o no suficientment satisfactòria, o una identitat que traïx la seva edat avançada en ser comparada amb identitats "noves i millorades", han de ser fàcils d'abandonar. Potser l'atribut ideal de la identitat més desitjada seria el seu caràcter biodegradable.

Atès que a les opcions possibles no els són atribuïts valors duradors, establerts per una autoritat i incontestables, l'avaluació de les tries només

pot seguir la pauta dels articles de consum: el model d'identitat escollit ha de ser "posat al mercat" per poder "trobar-ne el valor". Segons el sentit comú –inspirat, com va observar Pierre Bourdieu, per la *pensée unique* de l'economia–, els articles no tenen cap valor si no tenen clients, i el valor que potser ja tenen o que han d'adquirir es mesura pel nombre de clients i per la intensitat de la seva dedicació. El càstig infligit per haver fracassat a l'hora de trobar/crear clients per a la identitat dissenyada i exposada és l'exclusió (el rebuig, la marginació, el menyspreu, la condemna a ser ignorat): l'equivalent social del cubell de les escombraries. Vibeke Wara, l'estudiosa ja citada, va trobar joves dotats d'"un talent especial per vendre's a si mateixos" i va suggerir que la millor dada per mesurar l'efectivitat d'aquest talent és el nombre de contactes de què fan ostentació; "els qui tenen més talent" són els qui tenen més contactes (obtinguts en "xarxes socials" com MySpace, Facebook o Second Life i les seves nombroses extensions i imitacions de menor escala, que avui dia voregen la centena, i en blocs personals, que a hores d'ara són més de setanta milions i es multipliquen a un ritme cada vegada més ràpid).

"Avui dia hi ha més joves que se senten pressionats per crear-se identitats més àmplies com ho fan els famosos que veuen als mitjans nacionals", diu Laurie Ouellette, una professora de comunicació experta en *reality shows* de la Universitat de Minnesota⁸, repetint una opinió que a hores d'ara ja ha esdevingut un coneixement que els experts comparteixen amb el públic general. "Identitats més àmplies" significa, abans que res, una major exposició: més gent que ho veu, més usuaris d'Internet que ho poden veure i més apassionats d'Internet estimulats/excitats/divertits pel que han vist –prou estimulats per compartir-ho amb els seus contactes (rebatejats, seguint el suggeriment dels webs de la "xarxa social", com a *amics*). MySpace, Facebook, Second Life i els blocs que apareixen com bolets són l'equivalent a la revista *Hola* i els innombrables temples i capelles menors del culte als famosos: una còpia reconeguda com a inferior, és clar (perquè ofereix una identitat més reduïda), però que s'espera que faci amb els somnis de la gent normal el que l'*Hola* fa amb les ambicions dels herois dels seus articles. Per a tots els que volen ser escollits, els blocs són les versions de supermercat (en peces que caldrà muntar) dels originals d'alta costura pensats per als escollits. Sabem que les possibilitats d'obrir-se camí cap a la visibilitat pública a través del matoll dels blocs personals són

8 StarTribune.com [en línia]. <<http://www.startribune.com/local/east/18566414.html>> [Data: 5 de maig de 2008]

només una mica més elevades que les possibilitats que una bola de neu perduri a l'infern. Però també és veritat que les possibilitats de guanyar la loteria sense comprar cap número són nul·les.

Podem culpar els joves del fet que es passin la seva vida atrafegada empaïtant una il·lusió? Difícilment. Són, com la resta de nosaltres, éssers racionals, igual com els seus predecessors (i probablement també com els seus successors), que fan el possible per respondre als reptes socials de la manera més raonable, efectiva i responsable i per dissenyar estratègies vitals sensates a partir de les condicions socials en què es desenvolupa la seva vida. No van escollir (i molt menys crear) la condició “moderna líquida”, en què cap representació d'un mateix, encara que tingui un èxit immediat, està assegurada a llarg termini; en què el que avui és de rigor demà o demà passat quedarà antiquat o vergonyosament passat de moda, o fins i tot serà completament il·legible. En altres paraules, una condició en què mantenir la representació d'un mateix al dia és una tasca que ens ocupa les vint-i-quatre hores del dia i els set dies de la setmana.

La capacitat interactiva d'Internet està feta a la mesura d'aquesta nova necessitat. Ajuda a estar al corrent de l'última novetat, de les cançons més escoltades, dels últims dissenys de moda, i de les festes, els festivals i els actes més recents i comentats als quals assisteixen els famosos. Alhora, ajuda a actualitzar els continguts i redistribuir els punts d'èmfasi en la representació d'un mateix. I, tenint en compte “la cultura de la premsa” pròpia de la comunicació electrònica i la brevetat de la memòria retentiva que se'n deriva, també ajuda a esborrar les marques del passat, continguts i punts d'èmfasi ara vergonyosament passats de moda. Al capdavant, facilita, provoca i fins i tot exigeix la feina contínua de reinventar –fins a un punt inabastable en la vida fora de línia. Es podria dir que aquesta és una de les raons més importants per explicar la quantitat de temps que “la generació electrònica” passa en l'univers virtual: una quantitat que augmenta constantment a costa del temps viscut en el “món real”.

D'acord amb això, els referents dels conceptes principals que emmarquen la *Lebenswelt* dels joves, el seu món viscut i experimentat personalment, són gradualment i alhora constantment trasplantats del món real al món virtual. Conceptes com ara *contactes*, *cites*, *trobar-se*, *comunicar-se*, *comunitat* o *amistat* –tots referits a les relacions interpersonals i als lligams socials– són molt abundants. Aquest trasplantament afecta per força el significat dels conceptes desplaçats i les respostes que evocuen i provo-

quen. Un dels efectes més destacats de la nova situació dels referents és la percepció dels lligams socials i els compromisos actuals com a instantànies momentànies del procés constant de renegociació, més que no pas com a estats fixos que duraran indefinidament. Però cal destacar que això de “les instantànies momentànies” no és una metàfora del tot adient: encara que són “momentànies”, les instantànies duren més que els lligams i els compromisos adquirits en els medis electrònics. La paraula *instantània* forma part del vocabulari del paper i les impressions fotogràfiques, que no poden acceptar més d'una imatge, mentre que en els lligams electrònics accions com ara esborrar, reescriure i sobreescriure, inconcebibles en el cas dels negatius de cel·luloide i el paper fotogràfic, són les més importants i aquelles a les quals es recorre més sovint; de fet, són l'únic atribut indeleble dels lligams electrònics.

Ara podem passar a la segona observació de l'enquesta citada. Els autors de l'informe van utilitzar la paraula *comunitat*, tot i que de fet pensaven en “xarxes”, en teixits que tothom sap que són delicats, que són elaborats i esquinçats intermitentment per la interacció de les “connexions” i les “interconnexions”. Si les comunitats precedeixen (determinen, dirigeixen, formen) les accions dels seus membres (i potencialment els sobreviuen), les xarxes sorgeixen de les iniciatives de persones “en línia” que decideixen connectar-se. La força de les xarxes, sigui la que sigui, prové únicament de la intensitat de la comunicació virtual. Es desmuntarien si la comunicació s'aturés del tot (si les persones que abans es comunicaven deixessin d'enviar i contestar missatges, de fer i rebre trucades, de visitar webs o estar en línia). En comparació amb les comunitats, les xarxes són en general poc institucionalitzades —no tenen cossos dotats d'autoritat capaços de (i/o disposats a) expedir o denegar els permisos d'entrada i sortida i regular i controlar el trànsit. A diferència de les comunitats, les xarxes no tenen ambicions monopolitzadores i poques vegades exigeixen una lleialtat íntegra i exclusiva als qui es comuniquen. Comptat i debatut, les xarxes responen millor als postulats de la societat en què es desenvolupa la vida dels joves que no pas les comunitats ortodoxes. Responen relativament de pressa al canvi de les circumstàncies, s'ajusten d'una manera relativament fàcil a les successives redistribucions d'oportunitats, permeten la participació sense compromisos i, al capdavall, permeten “deixar obertes les opcions”, fent que cada elecció sigui revocable de la mateixa manera que és lliure.

Per als joves, nascuts en un món saturat d'electrònica, “mantenir-se en contacte” significa bàsicament intercanviar correus electrònics i missat-

ges; una activitat que no demana esforços si es compara amb el temps i l'energia que es gastava quan la informació no podia viatjar separada dels cossos dels seus portadors, quan l'elaborat ritual d'"estar en contacte", fer visites i escriure cartes reclamava una gran part del temps, l'energia i els recursos de totes les persones implicades. El volum d'informació produït per circular per Internet creix exponencialment i ja ha assolit proporcions inimaginables per a la generació educada en un món desproveït dels recursos electrònics de connexió (i desconnexió) instantània. Els experts calculen que tot el llenguatge humà des de l'origen del temps (totes les paraules pronunciades pels éssers humans) ocuparia 5 exabytes (1 exabyte = mil milions de gigabytes) si es conservés en forma digital; però el 2006 el trànsit de correus electrònics ja era de 6 exabytes. Un estudi realitzat per l'empresa de consultoria tecnològica IDC i patrocinat per l'empresa de tecnologies de la informació EDC diu que les dades que s'afegeixen anualment a "l'univers digital" arribaran a ocupar 988 exabytes el 2010. Els analistes d'IDC calculen que, per aquelles dates, el 70% de tota la informació digital del món serà produït pels "consumidors", és a dir, pels "usuaris normals d'Internet", clarament joves, ja que la majoria tenen menys de 30 anys⁹ (per exemple, el 80% dels escolars danesos del curs equivalent al 2n d'ESO envia una mitjana de cinc missatges al dia o més). Cal recordar que el 45% dels enquestats diu que busca "comunitats" virtuals "formades al voltant d'un tema específic". El fet de comunicar-se amb persones amb qui es puguin compartir interessos i opinions és una de les motivacions principals de la creació de "xarxes socials". Com diu un dels joves que busquen comunitats àvidament, "les meves comunitats han de tenir interessos similars. Si no, no ens entendrem".

De la mateixa manera que el món real en què passen la resta del temps, el món virtual habitat pels joves que cerquen comunitats es converteix cada vegada més en un mosaic de diàspores entrecruades; però, a diferència del món fora de línia, les diàspores en línia no estan lligades al territori. Com la resta de les coses del món virtual, les línies divisòries entre aquestes persones que "comparteixen interessos" són traçades digitalment i, com totes les entitats dibuixades d'aquesta manera, la seva supervivència depèn del joc de les connexions i les desconnexions. En el món virtual habitat pels joves, els límits es tracen i es modifiquen per establir una se-

9 Wray, Richard. 'How one year's digital output would fill 161bn iPods' a *The Guardian* [en línia]. <<http://www.guardian.co.uk/media/2007/mar/06/newmedia.business>> [Data: 6 de març de 2007]

paració entre aquells que tenen “interessos similars” i la resta –aquells que centren la seva atenció en altres objectes. Les sinuositats de les comunitats virtuals tendeixen a seguir els meandres dels “interessos”, que són, en general, canviants i de poca duració i que se centren en àmbits subjectes a explosions i implosions intermitents. Els interessos requereixen diferents graus d’atenció i lleialtat, però no s’exclouen per força els uns als altres. Es pot “pertànyer” simultàniament a diverses comunitats “virtuals” integrades per membres que no reconeixerien en les altres uns “interessos similars” i que probablement rebutjarien el diàleg creuat entre “comunitats” perquè considerarien que “no s’entendrien”.

El fet de “pertànyer” a una comunitat virtual consisteix simplement a fer intercanvis relacionats amb l’objecte d’interès (actualment) compartit; altres comunicacions, centrades en temes diferents, necessiten altres “comunitats específiques” per ser conduïdes d’una manera significativa. Paradoxalment, l’augment de la diversitat d’oportunitats per trobar ràpidament persones disponibles “amb interessos similars” per a tots els àmbits als quals els joves es dediquen fa minvar i empobreix en lloc de fer augmentar i enriquir les “aptituds socials” dels qui cerquen “comunitats virtuals”. En el món real pot ser que de vegades sigui inevitable parlar sense arribar-se a entendre, si coincidim en el mateix lloc amb persones amb qui no compartim res; en el món en línia, en canvi, les traduccions, les negociacions i els compromisos incòmodes es poden evitar gràcies a la virtut salvadora de la tecla d’esborrar. Així, la necessitat d’entrar en un diàleg per reflexionar sobre les opinions dels altres, per examinar críticament i revisar la pròpia opinió i per buscar un *modus co-vivendi*, pot ser suspesa i posposada, potser indefinidament.

A la ciutat virtual, es poden evitar durant un temps els problemes que sovintegen a la “ciutat real”, com ara la contínua cohabitació amb estranys; l’usuari se’ls pot treure de sobre i deixar-los de banda. Evitar les persones amb qui “no compartim interessos” resulta molt més fàcil i molt menys costós en l’univers virtual que a la ciutat de debò, on serien necessàries tècniques elaborades de separació espacial i bandejament, com per exemple tiquets de preu elevat per entrar als “veïnats protegits per reixats”, circuits tancats de televisió, guardes armats, una complicada xarxa d’“espais vedats”; sense aquestes tècniques, augmentaria el risc de patir una “violació de domicili”. Però la facilitat amb què es poden evitar els perills no significa que ens trobem més a prop de la solució dels problemes diaris de la vida urbana (ja sigui virtual o real), una solució que, d’altra banda, només podrem trobar si

ens enfrontem amb els problemes cara a cara; com a molt, aquesta evasió entrenada podria servir perquè el pas de l'estat "en línia" a l'estat "fora de línia" fos encara més traumàtic. No podem evitar de recordar Chance (un personatge interpretat per Peter Sellers en la pel·lícula de l'any 1979 *Being there*, dirigida per Hal Ashby), que, havent sortit als sorollosos carrers de la ciutat després del seu llarg cara a cara amb el món tal com es veu a la televisió, intenta en va d'eliminar del seu camp de visió un incòmode grup de monges amb l'ajuda del comandament a distància.

4. TAN A PROP, TAN LLUNY...

En una altra pel·lícula, *Le diable probablement*, dirigida per Robert Bresson i estrenada dos anys abans (en una època en què no existien els ordinadors, els telèfons mòbils, els iPods i ni tan sols els comandaments a distància de la televisió), els herois són uns joves totalment desorientats que busquen desesperadament un objectiu a la vida, una missió en aquest món i el significat de l'expressió "tenir una missió". Els seus pares no els ajuden en res. De fet, en els 95 minuts que la trama necessita per arribar al tràgic desenllaç no hi apareix ni un sol adult. Els joves es refereixen a l'existència dels adults només en una ocasió, absorts com estan en els esforços que fan obstinadament i sense èxit per comunicar-se entre ells (la pel·lícula no té gaire diàleg articulat): en el moment en què els joves, cansats de les seves proeses, tenen gana i es reuneixen al voltant de la nevera plena de menjar proporcionat pels pares per a tal ocasió, els quals, fora d'aquest fet, són totalment invisibles.

Els anys posteriors van revelar i confirmar sobradament com n'era de profètica la visió de Bresson. Bresson va copsar les conseqüències de la "gran transformació" que ell i els seus contemporanis testimoniaven, però de la qual semblava que poques persones eren conscients: el pas d'una societat de productors-treballadors i soldats a una societat de consumidors-individus i addictes a curt termini per decret. Vint anys més tard Richard Sennett va fixar-se en la queixa planyívola d'un forner de Nova York anomenat Rico: "No es pot imaginar com em sento d'estúpid quan parlo de la idea de compromís als meus fills. Per a ells és una virtut abstracta; no la veuen enlloc". Sennett comenta: "Rico pot oferir poca cosa com a model parental. De fet, per a aquesta parella moderna el problema és just el contrari: com poden evitar que les relacions familiars sucumbeixin

al comportament a curt termini, a la fixació en l'immediat i, sobretot, a la feblesa de la lleialtat i el compromís que caracteritzen el lloc de treball modern?" (Sennet, 1998: 25-26)

La crida al compromís sona buida perquè els joves "no el veuen enlloc"; no veuen els compromisos fermes i absoluts que els seus pares i jutges podien veure a tot arreu i del poder dels quals es ressentien. Els pares de futurs treballadors i soldats tenien un paper molt senzill i clar a representar: si seguim l'opinió de François Lyotard, segons el qual és durant la infància que els éssers humans experimenten la veritable humanitat, la qual després desapareix capa a capa en el procés de "maduració", es podria dir que el rol parental en la societat "moderna sòlida" de productors-soldats consistia a inculcar l'autodisciplina necessària per suportar la monòtona rutina d'un lloc de treball industrial o d'uns barracons militars alhora que oferia un model personal de conducta regulat normativament. Michel Foucault va prendre el cas de la sexualitat infantil i el "pànic a la masturbació" dels segles XIX i XX com a exemple d'un arsenal ple d'armes utilitzades per legitimar i promoure el control estricte i la vigilància permanent que els progenitors d'aquella època havien d'exercir sobre els seus fills (Foucault, 1978: 42). Aquest tipus de control parental exigia una presència constant, atenta i indagadora per ser aplicat; pressuposava la proximitat; funcionava a través de l'examinació i l'observació insistents; requeria un intercanvi de discursos, amb preguntes que exigien assentiments, i confidències que anaven més enllà de les preguntes formulades. Implicava una proximitat física i una interacció de sensacions intenses.

Foucault suggeria que, en aquella campanya permanent destinada a enfortir el rol parental i el seu impacte disciplinari, "el 'vici' de l'infant era més un aliat que no pas un enemic"; "sempre que hi havia la possibilitat que (el vici) el manifestés, s'instal·laven mecanismes de vigilància; es col·loquen trampes per forçar les confessions". Les cambres de bany i els dormitoris eren llocs de gran perill, el sòl més fèrtil per a les morboses inclinacions sexuals dels infants, i per tant aquests indrets necessitaven una supervisió minuciosa, íntima i implacable i, és clar, una presència constant dels pares.

En els nostres temps moderns líquids, el pànic a la masturbació ha estat substituït pel pànic a l'"abús sexual". L'amenaça oculta, la causa del nou pànic, no s'amaga en la sexualitat dels infants, sinó en la dels seus progenitors. Les cambres de bany i els dormitoris serien, igual que eren abans, els caus d'aquest vici espantós, però ara són els pares els acusats de

ser els portadors del vici. El propòsit de la nova croada en la qual s'utilitza aquest nou pànic a l'"abús sexual" com una arma és exactament el contrari dels objectius estudiats per Foucault en el cas del pànic a la masturbació. Ja sigui de forma declarada i manifesta, o de forma latent i tàcita, els objectius de la present guerra són: que disminueixi el control parental, que els pares renunciïn a la seva presència ubiqua i molesta, que es marqui i es guardi una distància entre els "vells" i els "joves" dins de la família i en el cercle d'amistats. Pel que fa al pànic actual, el darrer informe de l'Institut national de la démographie¹⁰ mostra que en sis anys, del 2000 al 2006, el nombre d'homes i dones que recorda haver patit abusos sexuals durant la infantesa quasi es va triplicar (del 2,7% al 7,3%; el 16% de dones i el 5% d'homes). Els autors de l'informe subratllen que "l'augment no demostra la incidència creixent de les agressions, sinó una inclinació creixent a informar d'episodis de violació en estudis científics, la qual cosa reflecteix que ha baixat el llindar de tolerància envers la violència". Això no obstant, resulta temptador afegir que aquest informe també reflecteix una tendència creixent, instigada pels mitjans de comunicació, a explicar els problemes psicològics dels adults d'avui recorrent a una presumpta experiència d'assetjament sexual durant la infantesa, en lloc de recórrer a la sexualitat infantil i els complexos d'Èdip i d'Electra. S'ha de deixar clar que no té importància el nombre de pares que, amb la complicitat d'altres adults o sense, tracten els seus fills realment com a objectes sexuals, i fins a quin punt s'aprofiten de la seva posició de poder per beneficiar-se de la debilitat de l'infant, igual que no tenia importància, en el passat, quants infants van cedir a les seves necessitats masturbatòries; el que realment importa és que tots ells han estat advertits que, si redueixen la distància a la qual se'ls ha avisat que s'han de mantenir ells mateixos i altres adults respecte dels seus fills, es podrà interpretar (i, de fet, s'interpretarà) que en realitat sucumbeixen –obertament, subreptíciament o inconscientment– al seu instint innat de cometre abusos sexuals.

La primera víctima del pànic a la masturbació va ser l'autonomia dels joves. Ja des de l'inici de la infantesa els futurs adults havien de ser protegits dels seus propis instints i impulsos morboses i potencialment desastrosos (si no eren controlats). Utilitzant la terminologia de Sigmund Freud, l'ordre social civilitzat reclamava la imposició de constrenyiments sobre l'antisocial "principi del plaer", segons el qual actuarien els homes i les dones si el "prin-

¹⁰ Seelow, Soren. 'Les victimes de violences sexuelles en parent de plus en plus' a *Le Monde* [en línia]. <<http://www.lemonde.fr/>> [Data: 30 de maig de 2008].

cipi de realitat”, vigilat socialment, no aconseguia mantenir-los controlats; Emile Durkheim, al seu torn, advertia que l'efecte de desmantellar o debilitar els constryiments imposats socialment no comportaria un augment de la llibertat individual, sinó un increment de la vulnerabilitat individual, la impotència i l'esclavitud als instints: els éssers humans són més propensos a l'autodestrucció com més “viuen com a egoistes” i es rendeixen al desig de rebre una gratificació instantània i de gaudir de plaers sexuals efímers. Tal com Durkheim insistia, és la seva submissió a la societat el que salva els éssers humans de la seva tendència autodestructiva.

La primera víctima del pànic a l'abús sexual seran els lligams i les relacions íntimes entre generacions. Si el pànic a la masturbació presenta l'adult com el millor amic, l'àngel guardià i el protector curós dels joves, el pànic a l'abús sexual el presenta com un sospitós permanent, culpable a priori de ser l'autor de crims que podria tenir intenció de cometre o podria veure's impulsat a cometre sense cap mena de premeditació. El primer pànic va tenir com a resultat un increment del poder parental, però també va induir els adults a reconèixer la seva responsabilitat envers els joves i a complir amb els deures que se'n deriven. Aquest nou pànic allibera els adults dels seus deures i contraresta l'exigència de responsabilitat parental amb els perills de l'abús de poder.

Aquest nou pànic afegeix un llustre legitimador al procés, ja prou avançat, de comercialització de la relació entre pares i fills, a la vigorosa tendència a mediatitzar-ho, en primer terme a través del mercat de consum. Siguin quines siguin les restes d'escrúpols morals que persisteixen després que els pares han deixat de ser una presència vigilant a la llar familiar i han abandonat les funcions que en altre temps eren considerades ingredients imprescindibles de l'amor parental, els mercats de consum es proposen fer-les emmudir mitjançant la transformació de totes les festes familiars, religioses o nacionals en una ocasió per fer regals de somni, i mitjançant la satisfacció diària de les ànsies embrionàries de protagonisme d'uns infants que es veuen abocats a competir ferotgement amb els seus companys per exhibir els símbols de distinció social adquirits en botigues.

Lawrence Grossberg explica el recent “rebuig de la infància” (la presentació de la infància com un “problema” en el discurs públic, i de la joventut com a perillosa, estúpida, socialment irresponsable i enormement immadura) fent referència a la necessitat que tenen els adults de desfer-se de les seves pròpies responsabilitats (Grossberg, 2001: 133). Tal com

comenta A. Giroux, es pot considerar que l'anomenat desencís de la infància té el seu origen en el fet que "els adults treballen sota la lògica d'un sistema de mercat suposadament pur que en realitat només fingeix servir la llibertat individual mentre soscava els lligams de la vida i les obligacions socials" (Giroux, 2003).

5. ENTRE VELL I JOVE: EL MERCAT

Els remordiments morals potser no es manifestarien tan sovint, i seria més rara la necessitat de recórrer a l'engany, en un món menys "líquid" que el nostre, un món que canviés més lentament, un món en el qual els objectes del desig no envellissin tan ràpidament i no perdessin el seu atractiu a una velocitat tan atordidora; un món en el qual la vida humana, més duradora que la vida de quasi qualsevol altre objecte, no hagués de ser viscuda necessàriament sota la pressió de la reinvençió constant ni ser esmicolada en una sèrie d'episodis autònoms i nous començaments. Amb tot, actualment no disposem d'un món com aquest, i unes forces abassegadores militen avui dia contra la possibilitat d'eximir els lligams interhumans de la regla dels patrons consumistes, tant cognitius com de conducta. Com a conseqüència, les relacions entre les generacions s'estan convertint ràpidament en la principal i aparentment inexhaurible font d'ambivalència i ansietat.

Tal com suggereix Pascal Lardellier (Lardellier, 2006: 229), "la lògica sentimental" tendeix a tornar-se cada vegada més marcadament consumista: té com a objectiu reduir tot tipus de riscos mitjançant la redacció de "l·listes de la compra" dels objectes desitjats i la definició exhaustiva de les característiques de la persona buscada que són considerades adients per a les aspiracions de qui la busca. La convicció subjacent és que és possible "compondre" l'objecte de l'amor a partir de diverses qualitats físiques i socials clarament especificades i mesurables. Segons els preceptes d'aquest "*marketing amoureux*" (el terme encunyat per Lardellier), si l'objecte de l'amor cercat no compleix algun dels requisits, el futur "comprador" de "l'objecte de l'amor" haurà de desistir de la "compra", tal com certament faria amb qualsevol altra mercaderia ofertada, i si és després de la "compra" que es revela que s'ha comès un error, l'objecte fracassat de l'amor, igual que la resta de les mercaderies, haurà de ser descartat i degudament subs-

tituït. Investigant la conducta de clients joves que naveguen per Internet a la recerca de la parella ideal (un ideal que és el resultat d'una composició), Jonathan Keane (Keane, 2005: 66-75) ha descobert que "l'activitat de triar alguna persona en un lloc web de cites no va acompanyada d'emocions... com si les persones fossin costelles al taulell d'una carnisseria".

Segons J. Livingstone (Livingstone, 1998: 416; Belk, 2004: 71), "la forma de les mercaderies impregna i reconfigura les dimensions de la vida social fins ara exemptes de la lògica comercial, fins al punt que la subjectivitat mateixa es converteix en un article de consum que pot ser comprat i venut al mercat com una forma de bellesa, netedat, sinceritat i autonomia". I, tal com ho formula Colin Campbell (Campbell, 2004: 41-42), "l'activitat de consumir s'ha convertit en una mena de plantilla o model de la manera com els ciutadans de les societats occidentals contemporànies perceben totes les seves activitats. Atès que cada cop més àrees de la societat contemporània han estat assimilades a un "model consumista", ja quasi no sorprèn que la metafísica subjacent del consumisme hagi esdevingut, al llarg d'aquest procés, una mena de filosofia per defecte per a tota la vida moderna".

Arlie Russell Hochschild (Russell, 2003: 208) resumeix el "dany col·lateral" més transcendental dels que s'han provocat en el decurs de la invasió consumista amb una frase tan punyent com concisa: "la materialització de l'amor". El consumisme actua per mantenir la inversió emocional entre treball i família. Exposats a un bombardeig continu d'anuncis durant una mitjana diària de tres hores de televisió (la meitat de tot el seu temps de lleure), els treballadors són persuadits que "necessiten" més coses. Per comprar el que ara necessiten, aquests treballadors necessiten diners. Per guanyar diners, treballen més hores. Passant tantes hores fora de casa, compensen la seva absència amb regals que costen diners. Materialitza en l'amor. I així el cicle continua.

Podem afegir que el seu nou deseiximent espiritual i la seva absència física de l'escenari domèstic fa que els treballadors, tant homes com dones, s'impacientin en la mateixa mesura davant els conflictes –grans, petits i directament minúsculs i trivials– que implica viure sota un mateix sostre.

Mentre les habilitats necessàries per conversar i entendre's minven, el que era un repte al qual calia fer front i que calia superar s'està convertint cada cop més en un pretext per trencar la comunicació, per escapar i cremar

els ponts que deixem enrere. Enfeinades com es troben per guanyar més diners i poder comprar coses que creuen que són necessàries per assolir la felicitat, les persones tenen menys temps per a l'empatia mútua i per fer negociacions intenses, de vegades tortuoses i doloroses, però sempre llargues i esgotadores, i encara menys per arribar a resolucions, en relació amb els seus moments d'incomprensió mútua i els seus errors. Aquest fet encara posa en moviment un altre cercle viciós: com més èxit tenen a l'hora de "materialitzar" la seva relació amorosa (tal com el flux continu de missatges publicitaris els impulsa a fer), menys oportunitats els resten per assolir l'entesa mútua que la notòria ambigüitat de l'amor —que és alhora poder i cura— reclama. Els membres de la família se senten temptats a evitar l'enfrontament i a buscar un moment de respir (o millor encara, un refugi permanent) per no haver d'afrontar les lluites domèstiques. Mentre el nombre de qüestions en disputa, de rancúnies a apaivagar i de desacords que demanen a crits una solució augmenten incessantment, la necessitat de "materialitzar" l'amor i la cura amorosa adquireix encara més ímpetu, perquè les alternatives —que esgoten la capacitat d'atenció i l'energia— es tornen cada cop menys abastables, tot i que hom les necessiti cada cop amb més freqüència i amb més urgència.

6. PREPARANT-SE PER A LA VIDA EN UN MÓN MODERN LÍQUID

El que hem dit anteriorment no implica que els progenitors d'avui dia, o la majoria d'ells, fracassin a l'hora de complir amb els deures parentals que la societat n'espera i els demana, que consisteixen a entrenar i preparar la seva descendència per a una vida conforme als requisits de la societat de la qual ells i els seus fills són membres. Més aviat implica que la societat per a la qual els progenitors han d'instruir o educar els seus fills ha canviat. Ja no es tracta d'una societat que modela i afaïçona els seus membres perquè facin principalment de productors i soldats, sinó una societat que demana als seus membres que demostrin i practiquin, en primeríssim lloc, les virtuts del consumidor. Quan les alarmes d'una imminent "depressió econòmica" (l'expressió preferida actualment per referir-se a la "crisi econòmica") comencen a sonar, els líders polítics i els experts no posen les seves esperances de salvació en la capacitat que té la indústria de produir més béns, sinó en la capacitat que tenen els consumidors de comprar més i gastar més diners (és a dir, els diners que encara no han guanyat). Els marginats contempo-

ranis ja no són persones que es neguen a contribuir a l'esforç productiu, sinó persones que no compleixen amb els seus deures de consumidors i abandonen el joc consumista (o en són expulsades).

Actualment, la tasca principal de la “socialització” (preparació per a una vida conforme a les normes socials) és provocar o facilitar l'entrada al joc consumista i fer incrementar les possibilitats de romandre en el joc i evitar l'amenaça de l'exclusió. Els membres de la societat necessiten desenvolupar una certa sensibilitat envers els atractius seductors del mercat i respondre-hi de les maneres planificades pels experts en màrqueting. Tal com Pierre Bourdieu ja va observar fa dues dècades, en el nostre tipus de societat la seducció substitueix les regulacions normatives, i els estratagemes de “relacions públiques” (o, dit d'una manera més simple, la publicitat) substitueixen les polítiques, mentre que els desitjos creixents i el despertar de noves necessitats fan que la coerció palesa esdevingui redundant. Tanmateix, tots aquests nous mecanismes de reproducció de la societat només poden ser efectius si van dirigits a homes i dones “adients per al repte”; en altres paraules, persones sensibles a les adulacions seductores dels mercats de consum. En total oposició a la família ortodoxa, dotada d'una estricta supervisió parental, l'afebliment de l'estructura familiar, la creixent autonomia dels fills i l'abandonament dels joves al guiatge dels seus companys d'edat compleixen bé amb els requisits de la nostra societat moderna líquida de consumidors, que és profundament individualitzada.

Aquest fatídic canvi d'orientació ha tingut lloc en el decurs de la vida de la generació dels qui avui són de mitjana edat: és per aquest motiu que les diferències entre els “vells” i els “joves” pel que fa a la visió del món, els valors i l'estratègia vital semblen més estridents i certament més visibles i difícils d'assimilar que en èpoques de canvis més lents i menys radicals. Així, doncs, hi ha més espai per a la sospita mútua i per a la incomprensió; i també per actuar, aparentment, amb finalitats que es contradueixen mútuament. Però per molt incert que els joves d'avui vegin el futur, hi ha una qüestió en la qual solen demostrar una gran determinació: no volen repetir el tipus de vida que han vist viure als seus pares, una vida que gira al voltant del lloc de treball i la feina dura, preferentment una feina estable i per a tota la vida. Els joves prefereixen un millor equilibri entre la feina i la vida, flexibilitat, moltes novetats interessants i experiències emocionants. Tal com Anushka Ashtana ha dit tot comentant els estudis més recents sobre les actituds, les intencions i les preferències dels joves,



“creuen que ho poden tenir tot i no s'avergonyeixen de demanar-ho”.¹¹ Les prediccions diuen que si l'actual tendència continua, aquests joves hauran passat per deu feines diferents abans d'arribar a l'edat que tenen els seus pares actualment. I, si bé no poden preveure amb seguretat quina forma adoptarà la seva vida laboral, sí que saben del cert quina forma no permetran que adopti: la de la vida “dels meus pares”.

Resta per veure, tanmateix, si les sorprenents i noves qualitats que hem comentat breument són els atributs de la condició de ser jove al llindar del segle XXI o si es tracta de símptomes que anticipen una societat i una cultura que el jovent d'avui dia acabarà modelant i configurant a la seva imatge i semblança. La major part de l'anomenada “generació Y” (almenys la part que els investigadors normalment estudien i de la qual extrapolen els seus judicis) no ha experimentat mai penalitats reals, ni una depressió econòmica duradora i sense perspectives, ni un atur massiu. Van néixer i han crescut en un món en què s'han pogut refugiar sota un paraigua a prova de tempestes, produït i distribuït socialment, que semblava que hi seria sempre per protegir-los de les inclemències, les pluges fredes i els vents glaçadors; un món en què cada matí prometia un dia més assolellat que l'anterior i més esplèndidament ple d'aventures plaents. Mentre escric aquestes paraules, tanmateix, els núvols s'apleguen damunt d'aquest món. És possible que l'estat feliç, optimista i ple de promeses que la “generació Y” va creure que era l'estat natural del món no duri gaire temps més. Pot ser que una depressió econòmica (que amenaça de ser, tal com insinuen alguns observadors, tan o més profunda que les crisis experimentades pels pares de la “generació Y” durant la seva joventut) sigui a tocar. Així, doncs, deixin-me repetir: encara és massa aviat per determinar de quina manera les visions del món i les actituds arrelades dels joves d'avui s'acabaran adaptant al món que ha d'arribar, i de quina manera aquest món futur encaixarà amb les seves expectatives arrelades.

11 Asthana, Anushka. 'Generation Y: They don't live for work... They work to Live' a *The Guardian* [en línia]. <<http://www.guardian.co.uk/money/2008/may/25/workandcareers.worklifebalance>> [Data: 25 de maig de 2008].

New performance of the old
vs. young drama

The Catalan Youth Observatory: a driving force for research into youth issues in Catalonia

The Catalan Youth Observatory (in the Youth Secretariat of the Government of Catalonia) was set up in 2000 to drive research, training and the distribution of publications in the field of youth policy in order to come to know and understand in detail the reality of young people in Catalonia.

Its mission is to ensure that youth policies are mapped out on the basis of an understanding of the social reality experienced by young people and hence can meet their real needs.

Through the constant generation of information about the conditions of life experienced by young people, involving social research, training in youth issues for sector professionals and methodology advice for agents involved in drawing up and implementing youth policies, the Catalan Youth Observatory seeks to consolidate powerful and innovative youth policies.

The main target audience of the Observatory is youth policy professionals, those people who devise, implement and evaluate actions for young people, and political leaders who guide and lay down priorities for action and the use of public resources. The Observatory can also draw on data and knowledge coming from projects carried out in partnership with individual researchers, research centres, universities and other departments in the Government of Catalonia.

The main function of the Observatory is to provide resources for mapping out youth policies. It does this in the fields of research, training and mentoring for town and city councils in their local policies. In terms of training it schedules basic, continuous and specific learning for youth policy professionals and elected leaders by means of a series of courses, seminars and conferences. In particular it gives support to the Interuniversity Youth and Society Master's Programme being run by six Catalan state universities.

In lockstep a team of specialists delivers close mentoring to professionals in the design, updating, implementation and evaluation of the youth



policies and actions geared towards young people that are put in place by local organisations.

The Observatory also fosters and encourages research into youth issues while at the same time acting as a driving force for the generation of knowledge through the studies that it commissions. Research is promoted by means of its Youth Prize and funding for specialist research and training projects for researchers into youth issues. It also generates knowledge through publishing books and papers which deal with topics such as the creation of identity by young people, youth policies in Europe, immigration, education, health, emancipation, employment and many other areas connected with young people. Also significant is the Youth Survey which has been published since 1985. The Observatory produces the printed collections *Aportacions*, *Estudis* and *Sinèrgia* and the *e-Quaderns* collection in a digital format.

From time to time the Observatory partners and takes part in events for discussing and thinking about youth issues, and hence this year will be attending the 1st International Sociology Association Forum 2008 to be held in Barcelona.

PRESENTATION

It is with pleasure that we present this previously unpublished text by the Polish sociologist Zygmunt Bauman, written at the request of the Catalan Youth Observatory in the Youth Secretariat as part of his invitation to the 1st International Sociology Forum of the International Sociology Association held in Barcelona from 5 to 8 September 2008.

Here at the Catalan Youth Observatory, and as a research institution specialising in analysis of young people, we often find that some research into young people ends up presenting a distorted, exaggerated image of them and has a tendency to identify youth with negative values, events and behaviour. Likewise some media outlets also draw a fairly stereotypical picture of young people. This hinders understanding of the motivations and reasons for young people's behaviour and life situations.

We might call this tendency to analyse young people as a group that is separate and isolated from the society of which it forms a part, and thus present their behaviour and attitudes in a way that is hard to understand, the "microscope effect". The study of young people as a result becomes in some cases part of the process of building an image of young people as being strange and odd and alien to prevailing social values and processes.

Hence there is a need for wide-ranging frameworks for analysis which help us to contextualise studies and thinking about the world of youth and enable us to connect the processes of global change with young people's quotidian practice and situations, therefore making it possible to generate intervention tools which meet their real needs.

The purpose of commissioning this work from Zygmunt Bauman is to generate a theoretical and conceptual system which helps to enhance our understanding of processes of global change and their impact on young people.

The prolific author of, among other titles, *Liquid Modernity* has used his theoretical background to look at the identity changes in young people compared to preceding generations, and has outlined a setting in which young people, fruit of the advent of a new model of society, have to live in the here and now.



We hope that you will find this short work to be both stimulating and helpful in coming to understand the transformations which are taking place in the contemporary way of being young.

Catalan Youth Observatory

INTRODUCTION

Mutual suspicion between generations (more often than not telescoped to form just two camps of 'the old generation' and of 'the young') has a long history. One can easily trace symptoms of that suspicion scattered over quite ancient times. All the same, inter-generational suspicion has become much more salient in the modern era, marked by permanent, rapid and profound change in life conditions. The radical acceleration of change characteristic of modern times allows the fact of 'things changing' and 'being no longer as they used to be' to be noted in the course of a single human life: the fact that implied an association (or even a causal link) between changes in the human condition and the departure and arrival of generations.

Since the beginning of modernity and through its duration, age cohorts entering the world at different stages of continuous transformation tend to differ sharply in the evaluation of the times they share. What to some cohorts may be seen 'natural', 'the way things are', 'the way things are normally done' or 'ought to be done', can be viewed by others as an aberration: as bizarre and abnormal, and perhaps also as illegitimate and unreasonable, unfair and an abominable state of affairs. What to some age cohorts may seem a comfortable and cozy condition of being allowed to deploy learned and mastered skills and routines, might appear odd and off-putting to some others; whereas some people might feel like fish in water in situations which made others feel ill at ease, baffled and at a loss.

The differences of perception have by now become so multidimensional that unlike in pre-modern times, younger people are no longer cast by the older generations as 'miniature adults' or 'would be adults' - not as the 'beings-not-yet-fully-mature-but-bound-to-mature' ('mature as we are'). Above all, they are not supposed to be 'on the way to becoming adult like us', but viewed rather as a different kind of people, bound to remain different 'from us' throughout their lives. The differences between 'us' (the older) and 'them' (the younger) no longer feel as temporary irritants destined to dissolve and evaporate as the youngsters (inevitably) wise up.

In the result, the older and the younger age cohorts tend to eye each other with a mixture of miscomprehension and misapprehension. The older would fear that the newcomers to the world are about to spoil and destroy that (cozy, comfortable, decent) 'normality' which they, their

elders, have laboriously built and preserved with loving care; the younger, on the contrary, would feel an acute urge to put right what the veterans have botched and made a mess of. Both would be unsatisfied (or at least not fully satisfied) with the current state of affairs and the direction in which their world seems to be moving, and blame the other side for their discomfort. In two consecutive issues of a widely respected British weekly two jarringly different charges were made public: a columnist accused 'young people' of being 'bovine, lazy-arsed, chlamydia stuffed and good for nothing', to which a reader angrily responded that the allegedly slothful and uncaring youngsters are in fact 'academically high-achieving' and 'concerned about the mess that adults have created'.¹ Here, as in uncountable other similar disagreements, the difference was clearly between evaluations and subjectively-colored viewpoints. In cases like this, the resulting controversy can hardly be 'objectively' resolved.

As to the findings of sociologists, known for their intention to make the likenesses they portray objective, one acute and insightful observer and analyst of intergenerational change and particularly of emergent styles of life, Hanna Swida-Ziembra², has recently noted that if 'people of past generations situated themselves in the past as much as in the future', for the new, contemporary young only the present exists. 'The young people to whom I talked during the research conducted in 1991-93 asked: why there is so much aggression in the world? Is it possible to achieve full happiness? Such questions are to them no longer important.'

Swida-Ziembra was speaking of Polish youth; but in our fast globalizing world she would have found very similar trends on whatever land or continent she had focused her inquiry. The fact that her data were collected in Poland, a country just emerging from the long years of authoritarian rule that artificially conserved the modes of life elsewhere left behind, and strictly regimented the fashions in which life itineraries were permitted to be designed and pursued, only condensed and telescoped world-wide trends. The otherwise universal changes were in Poland more abrupt and steep than in most countries of the 'West', and therefore more salient and easier to note.

1 *The Guardian Weekend* [on-line]. <<http://www.guardian.co.uk/weekend>> [Date: 4 and 11 August 2007].

2 Sokolińska, Joanna. 'Wysokie Obcasy' in *Gazeta Wyborcza* [on-line]. <<http://wyborcza.pl/0,0.html>> [Date: 6 November 2006].

I. THE ART OF LIFE – MODERN AND POSTMODERN

As Michel Foucault suggested, only one conclusion follows from the proposition that in the modern setting 'identity is not given': our identities (that is, the answers to the questions of the 'who am I?', 'what is my place in the world?', 'what for am I here?' sort) need to be created, just as works of art are created. For all practical intents and purposes, the question 'can the life of every human individual become a work of art?' (or more to the point: 'can each and every individual be the artist of her/his life?') is purely rhetorical, the 'yes' answer being a foregone conclusion. Assuming that much, Foucault asks: if a lamp or a house can be works of art, why not human life? (Rabinow, 1984: 350) I guess that the 'new young', and the 'past generations' to whom Swida-Ziemba opposed them, would have both consented wholeheartedly to Foucault's suggestions; but I also surmise that people of each of the two cohorts which Swida-Ziemba juxtaposed would have something else in mind when thinking of 'works of art'.

People of past generations would probably think of something of lasting value and imperishable, resistant to the flow of time and caprices of fate. Following the habits of old master painters, they would prime their canvasses meticulously and laboriously well before applying the first brushstroke - and equally carefully would select the solvents, to make sure that the layers of paint won't crumble when drying up and retain the freshness of their color over many years to come, if not for eternity. The younger generation, though, would search for the skills and patterns to imitate the popular practices of currently celebrated artists - in 'happenings' and 'installations'. Happenings, of which one knows only that no one (not even their designers, producers and main players) can be sure what course they will eventually take, that their trajectory is a hostage to ('blind', uncontrollable) fate, that in their course anything may happen but nothing is certain to happen. And installations, that must be assembled from brittle and perishable, preferably 'self-degradable' elements, because everyone knows that an installation won't survive the closure of the exhibition, since the gallery will need to be cleared of the (now useless) bits and pieces - relics of the old - in order to be filled with new exhibits. The young may also associate works of art with the posters and other prints they paste over the wallpaper in their rooms. They know that the posters, just like the wallpaper, are not meant to adorn their rooms forever. Sooner rather than later they will need to be 'updated' - scraped off the wall to make room for the likenesses of new (as yet unknown) idols.

Both generations ('past' and 'new') imagine works of art after the pattern of their particular experiences of life-in-a-world whose true nature and meaning the arts are presumed/hoped to dig up, unravel and make available to scrutiny. Thanks to the labors of artists their respective worlds are expected to be made more intelligible, perhaps even fully comprehensible ('transparent'); but well before that happens the generations that 'live through' those worlds know or at least intuit their manners, so to speak, from 'autopsy' – from personal experience and the stories commonly told to report and interpret it. In stark opposition to previous generations, the young of today tend to believe that one can't really swear loyalty to the route designed and laid before their life-voyage started, and that unpredictable fate playing with opportunities and menaces is bound to divert and re-direct the itinerary they themselves have planned. Of some of the Polish young, Swida-Ziemba says that, for instance, 'they note that a mate climbed high in the firm, was repeatedly promoted and reached the top, until the company went bankrupt and he lost everything he gained. It is for that reason that they may quit the studies which went very well and go to England to work on a building site.' Many others among the young don't think of the future at all (it's a waste of time, isn't it?), don't expect life to reveal any logic except a stroke of luck (possibly) and banana skins on a sidewalk (equally probably) – and for that reason 'want every moment to be pleasurable'. Indeed: every moment. Since it is impossible to calculate what kind of future profits, if any, the present sacrifice may bring, why should one surrender the pleasures one could squeeze out from the 'here and now'? A non-pleasurable moment is a moment wasted. Irretrievably wasted.

The 'art of life' may mean different things to the members of older and younger generations, but both generations practice it and can't possibly not do so. The course of life and the meaning of every successive life episode as well as life's 'overall purpose' or 'ultimate destination' are nowadays presumed to be do-it-yourself jobs, even if they consist only in selecting and assembling IKEA-style flat-packed kits. Just like the artists, each and any practitioner of life is expected to bear full responsibility for the outcome of the job - and certain to be praised or blamed for its results. These days each man and each woman is an artist not so much by personal choice as, so to speak, by the decree of universal fate.

'Being artists by decree' means that non-action would also count for action; swimming and navigating as much as allowing oneself to drift with the waves are a priori assumed to be acts of creative art and tend to be

retrospectively recorded as such. Even such people as refuse to believe in the logical succession, consistency, continuity and consequentiality of their choices, decisions and undertakings, in the feasibility of taming adverse fate, overruling the verdicts of providence or destiny, and keeping life on a steady, pre-designed and preferred course – even such people do not sit idly; they still need to ‘assist their fate’ by seeing to the endless little tasks which circumstances demand them to perform as if following the drawings attached to the assembly kit. Just as much as those who see no point in delaying satisfactions and decide to live ‘for the moment’, people who care for the future and are wary of undermining their yet-to-come chances are convinced of the volatility of life’s promises. They all seem to be reconciled to the non-existence of foolproof decisions, the impossibility of predicting exactly which one of innumerable steps will be (retrospectively!) shown to have been rightly selected. While cultivating their selves and their lives, they can only keep guessing which of the haphazardly scattered seeds will bring abundant and wholesome fruit, and which flower-buds will wilt and fade before a sudden gust of wind or a wasp on its foraging escapade pollinates the ovary. Whatever else they may believe, they all would therefore agree that one needs to hurry; that doing nothing or doing it slowly and lackadaisically, not to mention the resolve to settle for what has already been done, is wrong and harmful.

Particularly the young feel the need to try and to try again: as Swida-Ziembra noted, they collect experiences and credentials ‘just in case’. The young Poles say ‘może’; the English of the same age would say ‘perhaps’, the French ‘peut être’, the German ‘vielleicht’, the Italians ‘forse’, the Spanish ‘tal vez’, the Catalans ‘potser’ – but they all mean much the same: who can swear that this one and not some other ticket will win in the next life-lotto draw? And only un-bought tickets have no chance of winning... Research into the timescale typical of contemporary youth’s thinking paints the same picture in whichever country it is conducted: very few, if any, think of their life ten years ahead. Blatantly unpredictable as such a ‘long-term’ future in our fast changing world must be, worrying about it now is viewed as a sheer waste of time; let’s therefore focus attention and effort on what lies ahead right now, inside the project in which we are currently engaged – be it a college course, a love affair, a planned round-the-world trip, a job application... About the impact of the episode we live through here and now on the rest of our lives we can say next to nothing; all the more reason to condense all our energy and power of insight to the task at hand.

2. IN SEARCH OF 'BIG BANGS'

Time is perceived by the present young generation as neither cyclical nor linear, but 'pointillist': like the canvasses of Seurat, Signac or Sisley, each 'point' is minuscule, but as we all know from the cosmologists, each one can turn out to be a 'big bang' moment – though unlike in the paintings bequeathed by the past masters of the pointillist school (canvasses in which each point has already been allocated unambiguously to its place and in which the shape of things has already been pre-formed once for all for us to see them clearly and unchanged each time we look) it is downright impossible to predict which one will. Cosmologists can tell us in minute detail what happened to the universe a fraction of a second or billions of years after the Big Bang; but nothing whatsoever about what happened before it, let alone about what if anything led to its happening or augured/announced its coming. So each point in time needs to be treated seriously, and none should be allowed to pass you by unattended or to slip through your fingers.

A most common life strategy and the most widely held conception of the art of life recorded by the researchers among the most thoughtful of the present-day young follows on logically from such a 'pointillist' perception of time. That strategy, for instance, was pointedly expressed by Ann-Sophie, a 20-year old student at the Copenhagen Business School, in response to the questions set by Flemming Wisler³: 'I don't want my life to control me too much. I don't want to sacrifice everything to my career... The most important thing is to be comfortable... Nobody wants to be stuck in the same job for long'. In other words: keep your powder dry and your options wide open. As much as you can, try to make sure they remain your powder and your options. Don't swear loyalty of a 'till death do us part' kind - to anything or anybody. The world is full of wondrous, promising, impossible to reject chances; it would be a folly to increase the chance of missing those chances by tying your feet and hands with irrevocable commitments.

The young generation lives its life nowadays in a state of perpetual emergency. Eyes need to be kept permanently open and ears need to be constantly pricked to promptly catch the sights and sounds of the new:

3 Wisler, Flemming. 'The Thoughtful' [on-line]. Pag. 11. <<http://www.fo-online.dk>> [Date: January 2008].

the 'new' known to be approaching constantly, and at a speed matched only by the rapidity of dashing-by and vanishing. There is no moment to spare. Slowing down equals waste. To quote Flemming Wisler once more: 'Young people can now cram the equivalent of 44 analogue hours into a good old-fashioned 24-hour day'. This capacity is amply evidenced by American studies; but also in Denmark, Wisler's home country, the young are trained and self-trained to 'stretch time' – to address and handle three or four tasks simultaneously.

We may only guess, though with good reason, that the tasks attended to simultaneously with a number of other tasks are not handled in the same way as are the tasks commanding full, undivided attention. The advent of pointillist time portends flattening of space: cutting off its third dimension, the dimension of depth; replacement of three-dimensionality with an aggregate of surfaces. On the list of basic life skills which the young are prompted and eager to master, surfing towers high above the increasingly old-fashioned 'sounding' and 'fathoming'. As Katie Baldo, guidance counselor at Coopers-town Middle School in New York State⁴ has noted, 'Teens are missing some major social cues because they are too engrossed in their iPods, cell phones, or video games. I see it all the time in the halls when they can't voice a hello or make eye contact.' Making eye contact and acknowledging the physical proximity of another human spells waste: dedication of precious and scarce time to 'going in-depth' – a decision that would interrupt or pre-empt surfing of so many other inviting surfaces. In the life of continuous emergency, virtual relations easily beat the 'real stuff'. Unlike that stuff, virtual relations are equipped with 'delete' and 'spam' keys that protect against cumbersome (above all, time-consuming) consequences of in-depth interactions.

It has been noted that in the worldview of the young the lines separating virtual worlds, games, and social networking are blurred.⁵ However profound they might look from the vantage point of the task-oriented techno-designers and marketing experts, the differences between such ostensibly distant spheres are dwarfed into insignificance when confronted with the 'reality' – the offline, not-electronically-mediated world lacking the

4 Fennessy, Donna. 'The Secret Life of Teens' [on-line]. <<http://www.wxii12.com/health/16172076/detail.html>> [Date: 6 May 2008]

5 Virtual Worlds News [on-line]. <<http://www.virtualworldsnews.com/2008/04/report-100-yout.html>> [Date: 11 April 2008]



protection of 'stop', 'cancel' and 'delete' keys. The absence of delete keys makes the offline life feel inferior, wanting, perhaps even intolerable. Since the offline world tends in addition to be a world of perpetual emergency, it also renders its commands vexingly ambiguous and ultimately impossible to fulfill. That world prompts/counsels/commands young men and women to be constantly on the move; such pressures would be however to no avail were it not for the electronically-based capacity of multiplying inter-individual encounters by making them brief, shallow and disposable - it is the quantity of connections rather than their quality that makes the difference between chances of success or failure. In Vibike Wara's words,⁶ 'In the virtual world, the person with the most contacts is the most influential person.'

For the young, the main attraction of the virtual world derives from the absence of contradictions and cross-purposes that haunt the offline life. The virtual world offers a purpose together with the means to seek its fulfillment - while in the 'real' world the recommended ends and the supplied means to pursue them appear to be at odds. Unlike its offline alternative, the online world renders the infinite multiplication of contacts conceivable - both plausible and feasible. It does this through the weakening of bonds, in stark opposition to its offline counterpart known to find its bearings in the continuous effort to strengthen the bonds by severely limiting the number of contacts while deepening each one of them.

The virtual world promises an improvement on the 'real' world, resented for the unreality of its stipulations and/or inadequacy of the means to meet them. Two things, however, make the online world's offer particularly irresistible - and both derive their attraction from the shortcomings of the offline world: from what that other, inferior world is missing, making them to be felt as missing, and rendering the condition of missing them painful and hotly resented. The first is the issue of identity (more precisely, as I'll try to show, the issue of self-marketing); the second is the issue of community (more precisely, as I'll try to show, the issue of self-confidence).

6 Wara, Vibike. 'Mobile learning for the on generation' [on-line]. Pag. 47. <<http://www.fo-online.dk>> [Date: January 2008]

3. BETWEEN ON-LINE AND OFF-LINE WORLDS

A good point to start are the findings of the recent 'global youth survey' focused on the aims to which the contemporary younger generation devotes the steadily growing volume of its time spent in the online world - interacting with and through electronic devices. We may read in the report that young people use the web to shape an identity – or several. 44% of respondents say that their online identity is different than it is in real life. So while most prefer to keep it real online, a good number are using the web to try out various personalities and concepts of self on the road to adulthood.

While social networking sites like Facebook and MySpace are getting all the attention, smaller social networking communities and sites get a healthy dose of traffic. 45% of survey respondents say that they seek out niche communities online. Most of these communities were focused on celebrities, gaming, church and school groups. Communicating with like minds online, whether they are friends or strangers, is one of the main drivers of social networking. As one respondent from Malaysia pointed out, "My communities should have similar interests; if not, it will be duck and chicken talk." So true.⁷

'Shaping an identity' has been acknowledged since the beginning of the modern era as a life-task confronting men and women; that task, however, confronted various classes of modern society in different ways. Inside tightly stratified societies, marked by a sharp polarization of access to both material and symbolic values (such as prestige, respect, dignity and insurance against stigma and humiliation), it was the people situated 'in the middle', in the space stretching between the top and the bottom layers, who faced that task in all its gravity and grandiosity. Whereas the upper classes needed do little or nothing at all to retain their superior condition, and the bottom classes could do little or nothing at all to improve on their inferior lot, for the middle classes everything they didn't have but coveted appeared to be for the taking, while everything they had and cherished could be easily - in a single moment of inattention - lost. More than any other category of people, they were bound to live in a state of perpetual anxiety, constantly oscillating between the fear of falling and brief intervals of apparent safety and its enjoyment. The offspring

7 Next Great Thing [on-line]. <<http://www.nextgreatthing.com/wordpress/2008/04/28/global-youth-survey-social-media/>> [Date: 28 April 2008]

of middle-class families would need to strive hard and lean over backwards if they wished to keep the family fortune intact and to recreate, by their own zeal and acumen, the comfortable social standing their parents enjoyed: it was mostly to narrate the risks and fears typically related to such tasks that terms like 'failure', 'decline', 'fall', 'social degradation', or the agony and humiliation of being declassé were coined. Indeed, the middle class was the only class of the class-divided society that remained permanently squeezed between two socio-cultural borders, each of the two borders reminiscent of a frontline battlefield rather than of a safe and peaceful frontier. One (upper) border was a site of incessant reconnaissance sorties and feverish defense of the few fords or bridges leading to the other side; the second (lower) border had to be closely watched, fortified and passionately defended - as it could easily let intruders in, while offering little protection to the insiders unless tightly sealed and vigilantly guarded.

Among the reasons to interpret the advent of the modern era as a transformation promoted mostly by middle-class interests (or following Karl Marx, as a victorious 'bourgeois revolution'), the typically middle-class obsessive concerns with the frailty and untrustworthiness of social standing, coupled with the equally obsessive efforts made in its defense and stabilization, loom very large indeed. When sketching the contours of a society knowing no unhappiness, utopian blueprints proliferating at the dawn of the modern era reflected, recycled and recorded predominantly middle-class dreams and longings; the society they portrayed was as a rule purified of uncertainties – and above all of the ambiguities and insecurities of social positions, the rights they bestowed and the duties they demanded. However the blueprints might have differed, they were unanimous in choosing the duration, solidity and absence of change as the essential premises of 'good society' and human happiness. Inside the utopian cities (virtually all utopias were urban), social positions were many and different - but every resident was safe and secure in the position allocated to him or her. More than anything else, utopian blueprints visualized the end to uncertainty and insecurity: to wit, they promised a fully predictable social setting, free of surprises and calling for no further reforms and reshuffles. The 'good' or even the 'perfectly good' society divined in utopias was a society that would have put paid once for all to all the most typically middle-class anxieties.

One may say that the middle classes were the avant-garde experiencing and exploring, before the rest of society, the principal contradiction

of the existential condition, destined to become the well-nigh universal characteristic of modern life: the perpetual tension between two values, security and freedom - equally coveted and indispensable for a satisfying life, but frightfully difficult, alas, to reconcile and be simultaneously had and enjoyed. Because of its precarious position, and of the need to treat as a forever-unfinished task what the other parts of society could view as a wanted or unsolicited 'free gift' of fate which they needed to do little to retain and could do little to change, the middle class was particularly predisposed to face and confront that tension. This circumstance may explain in part why the spread of the challenges and concerns originally specific to the middle classes to the bulk of modern societies has been widely recorded, correctly though not necessarily for the right reasons, as 'embourgeoisement'.

The young among us entered a kind of society in which the great majority of men and women experience the condition once characteristic of the 'middle classes' alone: unlike the 'upper' (now renamed the 'global elite') and the 'lower' (now renamed 'underclass') strata of society, they do not confront a dearth but a surfeit of modes of life to choose from, and face the enormous risks entailed in opting for but one of them at the expense of many others that are potentially equally attractive: the risks of tripping, making a slip - and falling. Today, the anxieties and the resulting restlessness and haste of the young emanate on one hand from the apparent abundance of choices, and on the other from the fear of making a bad or just not 'the best available' choice; in other words, from the horror of a wonderful opportunity being overlooked when there is still (fleeting) time to catch it.

Unlike in the case of their parents and grandparents brought up in the 'solid' stage of modernity, there are now no durable, authoritative (let alone authoritative and durable) behavioral codes attached to currently recommended choices which would guide the choosers along a foolproof itinerary once the choice has been made (or the recommended choice obediently accepted). The thought that a step taken might (just might) have been a mistake, and that it might (just might) be too late now to cut the losses it caused, let alone to revoke the unfortunate choice, would never stop tormenting them. Hence the resentment towards everything 'long-term' - be it planning of one's life, or commitments to other living beings. Evidently appealing to the young generation's values, a recent commercial announced the arrival of a new mascara that 'vows to stay pretty for 24 hours', and commented: 'Talk about a committed relationship. One stroke



and these pretty lashes last through rain, sweat, humidity, tears. Yet the formula comes off easily with warm water'. 24 hours already feels like a 'committed relationship', but even such 'commitment' won't be an attractive choice if not for its traces being easy to remove.

Whatever choice will eventually be made, it will be reminiscent of Max Weber's 'light cloak' which one could shake off one's shoulder at will and without notice, rather than of Max Weber's 'steel casing', offering effective and lasting protection against turbulence but also cramping the movements of the protected and severely tapering the space of free will. What matters most for the young is therefore not so much the 'shaping up of identity' as the retention of the ability to reshape it whenever a need to reshape arrives or is suspected to have arrived. Their ancestors' worry about identification is increasingly elbowed out by the worry of re-identification. Identities must be disposable; an unsatisfying or not-sufficiently-satisfying identity, or an identity betraying its advanced age whenever compared to 'new and improved' identities on offer, needs to be easy to abandon; perhaps biodegradability would be the ideal attribute of the identity most strongly desired.

In the absence of durable, authoritatively endorsed and uncontested values for the options on offer, evaluation of choices may only follow the pattern of marketed commodities: the chosen identity model must be 'put on the market' in order to 'find its value'. According to the common sense inspired, as Pierre Bourdieu observed, by the *pensée unique* to economics, commodity has no value unless it has customers, and the value it might already have or yet acquire is measured by their numbers and the intensity of their dedication. The penalty for the failure to find/create customers for the designed and displayed identity is exclusion (blackballing, being 'judged out', snubbed, ignored) - the social equivalent of the waste bin. Already quoted Vibeke Wara found young people having 'a special talent for marketing themselves' and suggested that the effectiveness of that talent is best measured by the number of contacts they boast; the 'most talented' are the people with most contacts (made on 'social networking' websites like MySpace, Facebook or Second Life and their numerous extension and smaller-scale imitations, now approaching one hundred in number; and on personal blogs, now numbering over seventy million and growing at an accelerating pace).

'More teenagers today are feeling pressure to create larger identities for themselves like the celebrities they see depicted in national media,' says

Laurie Ouellette, a communication studies professor and reality TV expert at the University of Minnesota⁸, restating an opinion which has turned by now into common knowledge shared by the experts with the general public. 'Larger identities' mean primarily wider exposure: more people watching, more (broadband/internet users) being able to watch, more internet devotees stimulated/excited/entertained by what they've seen – stimulated enough to share it with their contacts (renamed, following the suggestion of the 'social networking' websites, as 'friends'). MySpace, Facebook, Second Life and mushrooming blogs are the ordinary folks' equivalent of *Hello!* magazine and countless lesser temples or chapels of the celebrity cult: a copy admittedly inferior to be sure (since offering an identity somewhat less large), yet hoped to do to the dreams of ordinary folks what *Hello!* is doing to the ambitions of the heroes of its cover stories. For all the wishing to be chosen, blogs are the supermarket assembly-kit versions of the boutique haute-couture originals for the chosen few. One knows that the chance of cutting one's way to public visibility through the thicket of personal blogs is only slightly bigger than the survival chance of a snowball in hell; but one also knows that the chance of winning a lottery prize without buying a ticket is nil.

Can one blame the young for their hurried life spent in chasing after an illusion? Hardly. They are, just like the rest of us, rational beings so just like their predecessors (and probably their successors as well), they do their best to respond to social challenges in the most reasonable, effective and responsible manner and to draw a sensible life-strategy from the socially framed conditions in which their life is pursued. They did not select (let alone bring into being) the 'liquid modern' condition, in which no representation of self, however instantly successful, is secure in the long run; in which what is de rigueur today is next day or the day after next bound to turn fusty and shamefully old-fashioned, or even downright illegible. In which, in other words, keeping the representation up to date is a twenty-four hour a day, seven days a week task.

The interactive capacity of the internet is made to the measure of this new need. It helps to stay au courant of the latest talk of the town – the hits currently most listened to, the latest T-shirt designs, the most recent and

8 StarTribune.com [on-line]. <<http://www.startribune.com/local/east/18566414.html>> [Date: 5 May 2008]



most hotly talked-about parties, festivals, celebrity events. Simultaneously, it helps to update contents and redistribute emphases in the portrayal of one's self – and given the 'hurried culture' endemic to electronically-mediated communication, and the short memory span it conditions, it also helps to efface the traces of the past: now shamefully outdated contents and emphases. All in all, it greatly facilitates, prompts and even necessitates the perpetual labors of re-invention – to an extent unachievable in the offline life. This is arguably one of the most important reasons for the time spent by the 'electronic generation' in the virtual universe: time steadily growing at the expense of the time lived in the 'real world'.

Accordingly, the referents of main concepts known to frame and map the *Lebenswelt*, the lived and lived-through, the personally experienced world of the young, are gradually yet steadily transplanted from the offline to the online world. Concepts like 'contacts', 'dates', 'meeting', 'communicating', 'community' or 'friendship' – all referring to interpersonal relations and social bonds – are most prominent among them. Transplanting cannot but affect the meaning of the shifted concepts and the behavioral responses they evoke and prompt. One of the foremost effects of the new location of referents is the perception of current social bonds and commitments as momentary snapshots in the ongoing process of renegotiation, rather than as steady states bound to last indefinitely. But let me note that 'momentary snapshot' is not a wholly felicitous metaphor: though 'momentary', snapshots may still imply more durability than the electronically-mediated bonds and commitments possess. The word 'snapshots' belongs to the vocabulary of photographic prints and photographic paper, which can accept but one image – whereas in the case of electronic ties, effacing and re-writing or over-writing, inconceivable in the case of celluloid negatives and photographic papers, are the most important and most resorted to options; indeed, the only indelible attribute of electronically-mediated ties.

We can now move to the second observation quoted from the survey report. The authors of the report used the term 'community', while in fact thinking of 'networks' – of admittedly frail tissues intermittently woven and ripped by the interplay of 'connecting' and 'interconnecting'. If communities precede (determine, direct, shape) actions of their members (and potentially outlive them), networks emerge out of the connecting initiatives of people 'online'. Whatever strength networks may possess derives solely from the intensity of online communication. They would fall apart if the communication ground to a halt (if previously communicating persons stopped

sending and answering messages, making and taking calls, ceased visiting the website or stayed offline). By comparison with communities, networks are as a rule poorly institutionalized – lacking the authoritative bodies able (and/or willing) to issue or deny entry and exit permits and regulate and monitor the traffic. Unlike communities, networks have no monopolistic ambitions and seldom if ever demand the sole and undivided loyalty of communicators. All in all, they answer better the postulates of the social setting in which the life pursuits of the younger generation are conducted than the orthodox communities could possibly manage. They respond relatively quickly to the change of circumstances, adjust relatively easily to successive redistributions of opportunities, allow participation without commitment, and all in all permit 'keeping your options open' - rendering every choice as revocable as it is free.

For the young, born as they are into the electronics-saturated world, 'keeping in touch' means primarily the exchange of e-mails and messages; an effortless activity, if compared with the time and energy consumed in the times when information could not travel separately from its carriers' bodies and the elaborate ritual of 'staying in touch', visiting and letter writing, taxed heavily the time schedule, energy and resources of everybody involved. The volume of information produced to circulate on the Web is now growing exponentially and has already reached proportions unimaginable to the generation brought up in the world lacking the electronic devices of instant connection (and disconnection). Experts estimate that all human language (all words spoken by humans) since the dawn of time would take about 5 exabytes (1 exabyte = 1 bn gigabytes) if stored in the digital form; but already in 2006 email traffic accounted for 6 exabytes. A survey conducted by the technology consultancy IDC and sponsored by the IT firm EDC suggests that the data added annually to the 'digital universe' will by 2010 reach 988 exabytes. The IDC analysts expect 70% of all the digital information of the world to be produced by that time by 'consumers' – that is, 'ordinary internet users', overwhelmingly young, as most of them are below 30 years of age⁹ (for instance, 80% of Danish school pupils in 9th grade are known to send on average five or more messages a day). And let's recall that 45% of survey respondents say that they seek out 'niche communities' online. Communicating with like minds

9 Wray, Richard. 'How one year's digital output would fill 161bn iPods' in *The Guardian* [on-line]. <<http://www.guardian.co.uk/media/2007/mar/06/newmedia.business>> [Date: 6 March 2007]

online is one of the main motives of 'social networking'. As one of the eager community-seekers put it: 'My communities should have similar interests; if not, it will be duck and chicken talk.'

Just like the offline world in which they spend the rest of their time, the virtual world which the young community-seekers inhabit when online becomes increasingly a mosaic of crisscrossing diasporas, though unlike that offline world the online diasporas are not territory-bound. Like everything else in the virtual world, the borderlines between 'like minds' are digitally drawn and like all and any digitally drawn entities their survival is subject to the play of connection and disconnection. In the virtual world inhabited by the young, boundaries are drawn and re-drawn to set apart those with 'similar interests' from the rest – from those who focus attention on other objects. The twists and turns of virtual communities tend to follow the meanders of the 'interests', as a rule shifting and short-lived and with intermittently exploding and imploding realms. Interests require different degrees of attention and loyalty, but they need not be mutually exclusive. One can 'belong' simultaneously to a number of virtual 'communities' whose members would not necessarily recognize 'like-mindedness' in each other and would probably dismiss 'cross-community' dialogue as 'duck and chicken talk'.

'Belonging' to any virtual community tapers to exchanges rotating around the matter of (currently) common interest; other communications, centered on different topics of interest, need other 'niche communities' to be meaningfully conducted. Paradoxically, the widening of the range of opportunities to promptly find ready-made 'like minds' for all and any pursued interests diminishes and impoverishes instead of augmenting and enriching the 'social skills' of the 'virtual community' seekers. Inside the offline world duck and chicken talk may sometimes prove unavoidable, in case the duck and chicken in question are doomed for the duration to roost and forage in the same yard; in the online world,, however, the cumbersome translations, negotiations and compromises may be avoided thanks to the saving grace of the 'delete' key. The need to engage in a dialogue, to ponder each other's reasons, to critically scrutinize and revise one's own, and to search for a *modus co-vivendi* may therefore be suspended and postponed – perhaps infinitely.

In the virtual city, problems that haunt the 'real city' such as perpetual cohabitation with strangers may be by-passed and for a time escaped:

shaken off or put on the side burner. Avoiding the 'unlike minds' comes easier in the virtual universe and at a much lower cost than in the flesh-and-blood city, where it would require elaborate techniques of space separation and keeping a distance, like costly entry tickets to 'gated communities', closed-circuit TV, armed guards, a convoluted net of 'interdictory spaces', or otherwise multiplying the risks of 'breaking and entering'. But the facility of avoidance does not bring the daily suffered problems of urban life (whether virtual or real) closer to a solution, which may after all be sought and found solely in confronting the problems point blank; if anything, trained avoidance may well make the passage from online to offline all that more traumatic. One can't help recalling Chance (a character played by Peter Sellers in 1979 Hal Ashby's film 'Being There'), who having emerged into the busy town street from his protracted tête à tête with the world-as-seen-on-TV, tries in vain to remove a discomforting bevy of nuns from his vision with the help of his hand-held pilot.

4. SO NEAR, SO DISTANT...

In another film – 'Le diable probablement' – released by Robert Bresson two years earlier (in the era knowing no PCs, mobile phones, iPods – not even the handheld TV pilots), the heroes are several young people clearly at a loss while desperately seeking a purpose in life, their assignment in the world and the meaning of 'being assigned'. No help is coming from their elders. As a matter of fact, not a single adult appears on the screen in the 95 minutes which the plot needs to reach its tragic denouement. Only once the very existence of adults is referred to by the youngsters, absorbed as they are in the stubbornly unsuccessful effort to communicate with each other (the film is remarkably short of articulated dialogue): when the youngsters, tired by their exploits, feel hungry and so gather around the fridge stuffed with food supplied by the otherwise invisible parents for such an occasion.

Just how prophetic Bresson's vision was, the later years abundantly revealed and confirmed. Bresson saw through the consequences of the 'great transformation' he and his contemporaries were witnessing though but few of them were aware of it happening: the passage from a society of producers–workers and soldiers, to a society of consumers–individuals



and short-term addicts by decree. Twenty years later Richard Sennett noted the plaintive complaint of a New York baker called Rico: 'You can't imagine how stupid I feel when I talk to my kids about commitment. It's an abstract virtue to them; they don't see it anywhere.' Sennett comments: "Rico (has) little to offer in the way of a parental role model. In fact, for this modern couple, the problem is just the reverse: how can they protect family relations from succumbing to the short-term behavior, the meeting mind-set, and above all the weakness of loyalty and commitment which mark the modern workplace?" (Sennet, 1998: 25-26)

The appeal to commitment sounded hollow because the young 'do not see it anywhere'; they do not see the indomitable, unbreakable commitments which their elders and judges saw all around and under whose power they smarted. There was a straightforward and clear-cut role to play for the parents of future workers and soldiers: if one follows François Lyotard's opinion that it was in their childhood that the budding humans experienced full humanity, later peeled off layer by layer in the process of 'maturation', one will say that the parental role in the 'solid modern' society of producers-soldiers consisted in instilling the self-discipline needed to endure the monotonous routine of an industrial workplace or military barracks, while serving as personal role-models of normatively regulated behavior. Michel Foucault took the case of infantile sexuality and the 'masturbation panic' of the 19th and 20th centuries as a specimen of a well-stocked arsenal of weapons deployed in the legitimation and promotion of the strict control and full-time surveillance parents of that era were expected to exercise over their children (Foucault, 1978: 42). This sort of parental role demanded constant, attentive, and curious presences for its exercise; it presupposed proximities; it proceeded through examination and insistent observation; it required an exchange of discourses, through questions that extorted admissions, and confidences that went beyond the questions that were asked. It implied a physical proximity and an interplay of intense sensations.

Foucault suggested that in that perpetual campaign to strengthen the parental role and its disciplining impact, "the child's "vice" was not so much an enemy as a support"; 'wherever there was a chance that [vice] may appear, devices of surveillance were installed; traps were laid for compelling admissions'. Bathrooms and bedrooms were sites of greatest danger, the most fertile soil for children's morbid sexual inclinations, and so the sites calling for particularly close, intimate, never relenting supervision, and of course for constant parental presence.

In our liquid modern times, masturbation panic has been replaced by 'sexual abuse' panic. The hidden menace, the cause of the new panic, does not shelter in the children's sexuality, but in that of their parents'. Bathroom and bedrooms are, as before, seen as the dens of gruesome vice, but it is now the parents who stand accused to be its carriers. The purpose of the new crusade in which that new, 'sexual abuse' panic is deployed as a weapon, is exactly the opposite of the aims explored by Foucault in the case of the masturbation panic. Whether openly declared and manifest, or latent and tacit, the ends of the present war are: slackening of parental control, renunciation of the parents' ubiquitous and obtrusive presence, and setting and maintaining a distance between the 'old' and the 'young' inside the family and the circle of its friends. As to the present panic, the latest report by l'Institut national de la démographie¹⁰ shows that in six years from 2000 to 2006 the number of men and women recalling cases of sexual abuse in their childhood almost tripled (from 2,7% to 7,3% - to 16% of women and 5% of men). The authors of the report underline that 'the rise does not prove the growing incidence of aggression, but a growing inclination to report rape events in scientific surveys, reflecting the lowering of the threshold of tolerance to violence' – but it is tempting to add that it is reflecting as well the rising, media-insinuated tendency to explain current adult psychological problems by a presumed childhood experience of sexual harassment, rather than by childhood sexuality and the Oedipus or Electra complexes. Let it be clear that it does not matter how many parents, with or without the complicity of other adults, do in fact treat their children as sexual objects, and to what extent they abuse their superior powers to profit from children's weaknesses, just as it did not matter in the past how many of them, in their own childhood, surrendered to their masturbating urges; what does matter is that all of them have been warned that narrowing the distance at which they are instructed to keep themselves and other adults away from their children may be (will be) interpreted as letting go - overtly, surreptitiously or subconsciously - their endemic sexual abuse urges.

The prime casualty of the masturbation panic was the autonomy of the young. Starting from their early childhood, would-be adults were to be protected against their own morbid and potentially disastrous (if

10 Seelow, Soren. 'Les victimes de violences sexuelles en parlent de plus en plus' in *Le Monde* [on-line]. <<http://www.lemonde.fr/>> [Date: 30 May 2008].



uncontrolled) instincts and impulses. To use Sigmund Freud's terminology, the civilized social order demanded the imposition of constraints upon the anti-social 'pleasure principle', by which men and women would be guided if the socially guarded 'reality principle' failed to hold them in check, whereas Emile Durkheim warned that the effect of dismantling or weakening socially imposed constraints won't be an increase in individual freedom, but in individual vulnerability, helplessness and slavery to instincts: humans are more prone to self-destruct the more they 'live as egoists', surrendering to their desire for instant gratification and fleeting sensual pleasures. It was, as Durkheim insisted, their submission to society that saves human individuals from their self-destructive tendency.

The prime casualty of the sexual abuse panic is bound to be inter-generational bonds and intimacy. If the masturbation panic cast the adult as the best friend, guardian angel and caring protector of the young, the sexual abuse panic casts the adult as permanently suspect, charged a priori with crimes he or she might intend to commit, or be driven to commit without malice aforethought. The first panic resulted in increased parental power, but it also induced the adults to acknowledge their responsibility to and for the young and duly perform the duties which follow from it. The new panic releases the adults from their duties and counterbalances the demand of parental responsibility with the dangers of power abuse.

The new panic adds a legitimizing gloss to the already advanced process of commercialization of the parent-children relationship, to the vigorous trend to mediate it, primarily through the consumer market. Whatever remnants of moral scruples may linger after the retreat of the parents from watchful presence in the family home, and the abandonment of functions once considered the sine qua non ingredients of parental love, consumer markets propose to stifle through transforming every family feast or religious and national holiday into an occasion to lavish dream gifts, and through day-by-day pandering to the budding one-upmanship of children engaged in a fierce competition with their peers in displaying the shop-supplied tokens of social distinction.

Lawrence Grossberg explains the recent 'rejection of childhood' (presentation of childhood in public discourse as a 'problem', and young people as dangerous, mindless, socially irresponsible and crassly immature) by the needs of adults to discount their own responsibilities (Grossberg, 2001: 133). As Henry A. Giroux comments, the soi-disant disenchantment of childhood

can be traced back to the 'adults laboring under the logic of an allegedly pure market system that, in reality, only pays lip service to individual freedom while undermining the bonds of social life and social obligations.' (Giroux, 2003)

5. BETWEEN OLD AND YOUNG – THE MARKET

Moral pains would not perhaps arise that often, and so resorting to deception would seldom be needed in a world less 'liquid' than ours, a world changing less rapidly, a world in which objects of desire don't age so quickly and don't lose their allure with such a mind-boggling speed; a world in which human life, longer lasting than the life of virtually any other objects, would not need to be lived under the pressure of constant re-inventing and so be split into a series of self-contained episodes and new beginnings. There is no such world currently available, though – and overwhelming odds militate at present against the exemption of inter-human bonds from the rule of consumerist patterns, cognitive as well as behavioral. As a result, intergenerational relationships are fast turning into the major and apparently inexhaustible source of ambivalence and anxiety.

As Pascal Lardellier (Lardellier, 2006: 229) suggests, 'the sentimental logic' tends to become ever more saliently consumerist: it is aimed at the reduction of all sorts of risks, composing 'shopping lists' of the searched-after items, defining precisely the features of the sought-after partner that are deemed adequate to the aspirations of the searcher. The underlying conviction is that it is possible to 'compose' the object of love of a number of clearly specified and measurable physical and social qualities and character traits. According to the precepts of such 'marketing amoureux' (the term coined by Lardellier), if the sought love-object fails on one or several scores, the prospective 'buyer' of the 'love object' ought to desist from the 'purchase', as he or she would certainly do in the case of all other goods on offer; and if failure is revealed after the 'purchase', the failed object of love, like all other market goods, needs to be discarded and duly replaced. Investigating the conduct of (young) clients cruising over the internet in search of the composite ideal of a partner, Jonathan Keene (Keane, 2005: 66-75) found the 'emotionally removed activity of selecting someone on an internet dating site...as if people were chops in a butcher's window'.



In the words of J. Livingstone (Livingstone, 1998: 416; Belk, 2004: 71), 'The commodity form penetrates and reshapes dimensions of social life hitherto exempt from its logic to the point where subjectivity itself becomes a commodity to be brought and sold in the market as beauty, cleanliness, sincerity and autonomy.' And as Colin Campbell puts it (Campbell, 2004: 41-42), 'The activity of consuming has become a kind of template or model for the way in which citizens of contemporary Western societies have come to view all their activities. Since... more and more areas of contemporary society have become assimilated to a 'consumer model' it is perhaps hardly surprising that the underlying metaphysics of consumerism has in the process become a kind of default philosophy for all modern life.'

Arlie Russell Hochschild (Russell, 2003: 208) encapsulates the most seminal 'collateral damage' perpetrated in the course of the consumerist invasion in a phrase as poignant as it is succinct: 'the materialization of love'. Consumerism acts to maintain the emotional reversal of work and family. Exposed to a continual bombardment of advertisements through a daily average of three hours of television (half of all their leisure time), workers are persuaded to 'need' more things. To buy what they now need, they need money. To earn money, they work longer hours. Being away from home so many hours, they make up for their absence from home with gifts that cost money. They materialize love. And so the cycle continues.

We may add that their new spiritual detachment and physical absence from the home scene makes male or female workers alike impatient with the conflicts, big, small or downright tiny and trifle, which mixing under one roof inevitably entails.

As the skills needed to converse and seek understanding dwindle, what used to be a challenge meant to be confronted point blank and coped with turns increasingly into a pretext to break communication, to escape and burn bridges behind one. Busy to earn more to buy things they feel they need for happiness, men and women have less time for mutual empathy and for intense, sometimes tortuous and painful, but always lengthy and energy-consuming negotiations, let alone resolutions, of their mutual misunderstandings and misapprehensions. This sets in motion another vicious circle: the better they succeed in 'materializing' their love relationship (as the continuous flow of advertising messages prompts them to do), the fewer opportunities are left for a mutually sympathetic understanding that the notorious power/care ambiguity of love calls for. Family members are tempted

to avoid confrontation and seek respite (or better still a permanent shelter) from domestic infighting. As the number of bones of contention, grudges to be placated and disagreements clamoring for resolution steadily grows, the urge to 'materialize' love and loving care acquires yet more impetus, as the more attention-and-energy-consuming alternatives become ever less attainable in spite of being more frequently and more urgently needed.

6. PREPARING FOR LIFE IN LIQUID-MODERN WORLD

What has been said above is not meant to imply that the parents of today, or the majority of them, fail in their socially-expected and socially-demanded parental duty to train/prepare their offspring for a life conforming to the requisites of the society of which they and their children are members. It is implied rather that the society for which parents must drill or educate their offspring has changed. It is no longer a society that casts and shapes its members primarily in the roles of producers and soldiers, but rather a society which requires its members to display and practice first and foremost the consumer virtues. When alarms sound of approaching 'economic depression' (the currently preferred name for 'economic crisis'), political leaders and experts do not invest their hopes of salvation in industry producing more goods, but instead in consumers buying more and spending more money (also the money they have not as yet earned). Contemporary outcasts are no longer people who refuse to contribute to productive efforts, but people who fail in their consumer duties and fall out (or are expelled) from the shopping game.

It is now the prime task of 'socialization' (preparation for a life conforming to social norms) to prompt/facilitate entry into the shopping game and increase the chances of remaining in the game and avoiding the threat of exclusion. Members of society need to develop sensitivity to the seductive charms of the market and respond to them in the ways scripted by the marketing experts. As Pierre Bourdieu already observed two decades ago, in our type of society seduction replaces normative regulation and the stratagems of 'public relations' (in simpler terms, advertising) replace policing, while expanding desires and the awakening of new wants makes overt coercion redundant: however, all those new mechanisms of societal reproduction can only be effective if addressed to men and women



'adequate to the challenge' – that is, people sensitive to the seductive blandishments of consumer markets. In sharp opposition to the orthodox family with its strict parental supervision, the loosening of family structure, expanding autonomy of the child and abandoning the young to their peers for guidance serve well the requisites of our thoroughly individualized, liquid modern society of consumers.

This fateful departure has happened in the lifetime of the presently middle-aged generation: hence the differences of worldview, values and life strategy between the 'old' and the 'young' seem more strident and certainly more protruding and difficult to assimilate than they do in times of slower and less radical change. There is therefore more ground for mutual suspicion and miscomprehension; also for acting seemingly at cross-purposes. However uncertain the present-day young might be about their own future, about one thing they feel in most cases quite determined: they would not wish to repeat the kind of life they watched their parents living; life centered around the job and hard work, preferably a permanent job and whole-life work. They want instead a better work-life balance, flexibility, a lot of interesting novelties and exciting experiences. As Anushka Ashtana commented on a batch of the most recent studies of their attitudes, intentions and preferences, 'They believe they can have it all and are not embarrassed to ask for it'.¹¹ Predictions are that if the present trends continue, they will leave behind 10 different jobs before they reach the present age of their parents. And if they are not sure about the shape their working life will take, they are certain what shape they won't allow it to take: that 'of my parents' life'.

It remains to be seen, though, whether the strikingly novel qualities briefly surveyed above are the age-bound attributes of being young at the beginning of the 21st century, or the anticipatory symptoms of a society and culture which the present-day young are about to mould and shape in its likeness. The bulk of the so-called 'Generation Y' (at least the part of it on which the researchers usually focus and from whom they extrapolate their judgments) never experienced real hardship, long and prospect-less economic depression and mass unemployment. They were born and grew

11 | Ashtana, Anushka. 'Generation Y: They don't live for work...They work to Live' in *The Guardian* [online]. <<http://www.guardian.co.uk/money/2008/may/25/workandcareers.worklifebalance>> [Date: 25 May 2008].

up in the world in which they could shelter under a socially produced and serviced water- and wind-proof umbrella that seemed to be there forever to protect them against inclement weather, cold rains and freezing winds, and in a world in which every next morning promised a day sunnier than the last and more lavishly sprinkled with pleasant adventures. As I write these words, however, clouds are gathering over that world. The happy, sanguine and full of promise condition, which 'Generation Y' came to believe to be the 'natural' state of the world, may not last much longer. An economic depression (threatening, as some observers insinuate, to be as deep if not deeper than the crises experienced in their own youth by 'Generation Y's' parents) may linger just around the next corner. So let me repeat: it is too early to decide how the ingrained worldviews and attitudes of the present-day young will eventually fit the world to come, and how that world would fit their ingrained expectations.



BIBLIOGRAFIA / BIBLIOGRAPHY

- Belk, R.W. (2004). 'The Human Consequences of Consumer Culture', a Karin M.Ekström & Helen Brembeck (eds.). *Elusive Consumption*, Berg, pàg. 71.
- Campbell, C. (2004). 'I shop therefore I know that I am', a *Elusive Consumption*, pàg. 41-42.
- Foucault, M. (1978). *The History of Sexuality*. Trad. a cura de Robert Hurley. Penguin, vol. I, pàg. 42.
- Giroux, H. A. (2003). *The Abandoned Generation*, Palgrave Macmillan, pàg 15.
- Grossberg, L. (2001). "Why does Neo-Liberalism hates kids?", a *Review of Education/Pedagogy/Cultural Studies*, pàg. 133.
- Keane, J. (2005). 'Late Capitalist Nights', a *Soundings*, pàg. 66-75.
- Lardellier, P. (2006). 'Rencontres sur Internet; L'Amour en révolution', a X. Molénat (coord.). *L'individu contemporain: Regards sociologiques*, Éditions Sciences Humaines, pàg. 229.
- Livingstone, J. (1998). 'Modern Subjectivity and Consumer Culture', a S. Strasser, C. McGovern i M. Judt (eds.). *Consuming Desires: Consumption, Culture and the Pursuit of Happiness*, Cambridge UP, pàg. 416.
- Rabinow, P. (1984). 'On the Genealogy of Ethics: An Overview of Work in Progress', a *The Foucault Reader*. Ed. Random House, pàg. 350.
- Russell Hochschild, A. (2003). *The Commercialization of Intimate Life*, University of California Press, pàg. 208.
- Sennett, R. (1998). *The Corrosion of Character*, New York, W.W. Norton and Company. pàg. 25-26.