FRA TIKTOK E READING RHYTHMS

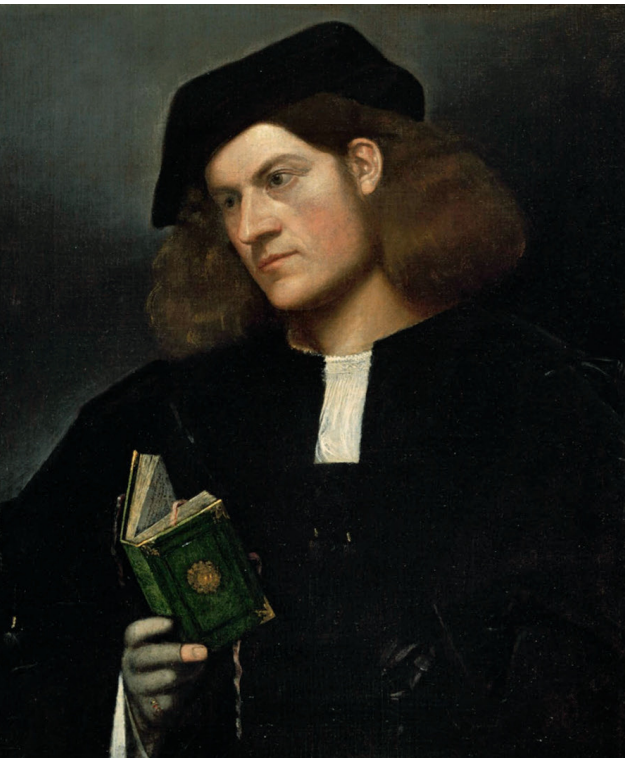
IL LIBRO È UN *HABITUS*

«GUARDA COME LEGGO, TI DIRÒ CHI SONO». LA GEN Z ESIBISCE LA PROPRIA IDENTITÀ SOCIALE ATTRAVERSO PRATICHE DI LETTURA IBRIDE. UN'ESPERIENZA UN PO' SOLITARIA, UN PO' SOCIAL: SI CONSUMA CON IL MEDIUM CARTACEO, MA SI SFOGGIA IN RETE E NELLE FESTE DI LETTURA. RITROVANDO IL GUSTO DELLA LENTEZZA

di ANGELICA ANTONACCI e PAOLO COSTA

Leggere non è solo un'attività nella quale ci impegniamo con la mente (nonché – vale sempre la pena di ricordarlo – con tutto il corpo). Leggere è anche parte di un *habitus*, per evocare una categoria di Pierre Bourdieu. È, cioè, un'abitudine interiorizzata, una predisposizione che ereditiamo dalla struttura sociale e che incorporiamo nel nostro comportamento, anche in modo inconsapevole. Comprendere le nostre pratiche, come lettori, significa comprendere non solo ciò che facciamo quando leggiamo: che cosa leggiamo, con quali modalità e frequenza, con la mediazione di quali tecnologie. Significa anche decifrarne il valore relazionale. Ossia il modo in cui tali pratiche tendono a

Giorgione (attribuito), *Ritratto d'uomo con un libro verde*, 1500 circa, San Francisco, Fine Arts Museum.



riprodurre le condizioni sociali che le hanno generate, contribuendo alla persistenza di distinzioni e gerarchie.

In genere ci concentriamo su due questioni. La prima è, per così dire, una questione di quantità. I dati ci dicono quanti libri acquistiamo, quanti ne leggiamo e quanto tempo dedichiamo alla lettura, specie in rapporto al tempo speso per il consumo di altri prodotti culturali. Il secondo aspetto riguarda il contenuto della lettura e quindi le nostre preferenze in termini di tipologie e generi. Tali dati sono opportunamente disaggregati per segmento demografico: uomini e donne (le seconde leggono più dei primi e prediligono generi specifici), giovani e meno giovani (i primi, si ripete quasi ossessivamente, leggono sempre meno), popolazione residente al Nord, al Centro e nel Mezzogiorno d'Italia (i gusti sono eterogenei, e qui bisognerebbe capire che influenza ha, sui comportamenti di consumo, la diversa struttura della rete di distribuzione dei prodotti librari).

Sono informazioni preziose per gli uffici marketing delle case editrici, ma anche per chi fa ricerca. Tuttavia, il quadro che esse ci restituiscono è parziale e, per certi versi, fuorviante. La domanda più spesso inevasa resta: perché leggiamo? Non basta rispondere distinguendo fra le letture per svago, studio e lavoro. Queste sono motivazioni standard, che ci dicono poco sulla posizione soggettiva di chi la pratica. Ciò che vorremmo conoscere è, appunto, l'*habitus*. Quali condizioni sociali ci dispongono, in modo pre-riflessivo e duraturo, a praticare la lettura in un certo modo e in un certo contesto? Come la lettura contribuisce a posizionarci e definirci nel campo sociale in cui agiamo?

Formulare risposte univoche a domande di questo tipo non è impresa semplice. Le evidenze empiriche fornite da alcuni studi recenti possono aiutarci, a condizione di articolare

l'indagine su due piani. Il primo, più tradizionale, riguarda il "quanto" della lettura. Il secondo piano è più insidioso, riferendosi al "che cosa" e, soprattutto, al "come". In aggiunta, un modello di analisi appropriato dovrebbe distinguere i comportamenti in funzione delle fasce di età, partendo dall'assunzione – tutta da verificare, peraltro – che il livello di esposizione ai media digitali sia più intenso nei più giovani. È nota la teoria della psicologa americana Jean M. Twenge, secondo la quale alla base delle differenze generazionali vi è l'impatto dei grandi cambiamenti tecnologici (*Generations. The Real Differences Between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents – and What They Mean for the Future*, New York, Atria, 2023). Da questo punto di vista, è interessante il confronto fra due generazioni, entrambe spesso incluse nella più ampia e quantomai incerta categoria dei nativi digitali: quella dei cosiddetti Millennial (nati tra il 1981 e il 1996) e la Gen Z (i nati tra il 1997 e il 2010).

Nella pagina accanto, Girolamo Francesco Maria Mazzola, detto Parmigianino (attribuito), *Ritratto d'uomo con libro*, 1524, York, York Art Gallery e Joshua Reynolds, *Ritratto di Theophila Palmer*, 1771, collezione privata.

I giovanissimi leggono di più

Con riferimento al primo dei due piani, osserviamo qualcosa di controintuitivo: i giovanissimi leggono più dei giovani. Per lo meno, questo è il dato che emergeva, già nel 2023 e con riferimento alla popolazione italiana, nel rapporto *NetRetail Books. Le abitudini di lettura e gli acquisti di libri degli italiani*, pubblicato da Netcomm a fine 2023. Certo, quando si usano dati empirici, c'è sempre il rischio di generalizzare e di giungere a conclusioni arbitrarie. Tuttavia, la ricerca di Netcomm sembra certificare un divario significativo: il 52,4% della Gen Z (giovani sotto i 25 anni) legge almeno un libro all'anno, contro il 44,2% dei Millennial (fascia 25-34 anni).

La stessa indagine rivelava che, anche in termini di intensità di lettura, la Gen Z supera i Millennial. Tra i cosiddetti "lettori forti", che leggono più di 11 libri all'anno, la Gen Z si attesta al 9,7%, contro il 6,7% dei Millennial. Il dato è particolarmente significativo perché non si limita a misurare l'accesso occasionale ai libri, ma potrebbe evidenziare un impegno più costante e profondo con la lettura.

Inoltre, contrariamente a quanto si potrebbe pensare, i lettori della Gen Z preferiscono i libri cartacei rispetto agli e-book, sia in Italia sia nei contesti in cui la diffusione dell'e-book è comunque maggiore. È il caso del Regno Unito, dove nel 2022 i libri stampati hanno rappresentato l'80% degli acquisti da parte dei lettori della Gen Z (Publishers Association, *Publishers Association Industry Insights*, 2023). Anche una ricerca condotta su un campione di studenti della Dhaka University (Bangladesh) suggerisce una preferenza per i libri stampati, quantunque la maggioranza degli intervistati dichiari di appartenere alla categoria dei "lettori inattivi" (Md. Anwarul Islam, Jannatul Islam Muna, *Do generation Z students read? Reading habits of the students of Dhaka University*, in *Library Management*, 45, 8/9, pp. 597-612).

Vale la pena di distinguere fra la lettura praticata (ossia la circostanza concreta di leggere) e il ruolo che la lettura stessa svolge nella costruzione identitaria (il fatto di sentirsi e definirsi lettori). Su questa distinzione insisteva già Beth Driscoll in *Readers of Popular Fiction and Emotion Online*, un saggio di dieci anni fa pubblicato nel volume, a cura di Ken Gelder, *New Directions in Popular Fiction. Genre, Distribution, Reproduction* (Palgrave Macmillan, 2016, pp. 425-449). L'ipotesi è ripresa da Rachel Noorda e Kathi Inman Berens in un'indagine recente sulla Gen Z e sui Millennial residenti negli Stati Uniti che si identificano come "non-lettori" (*Gen Z and Millennials: Contrasts in Reading Behavior and Readerly Identity*, in *The New Americanist*, 3, 1, 2024, pp. 47-71). Ebbene, la ricerca dimostra che i sedicenti non-lettori sono, nella pratica, dei lettori. Anzi, essi leggono più della popolazione generale quando si tratta di libri stampati e visitano le biblioteche più o

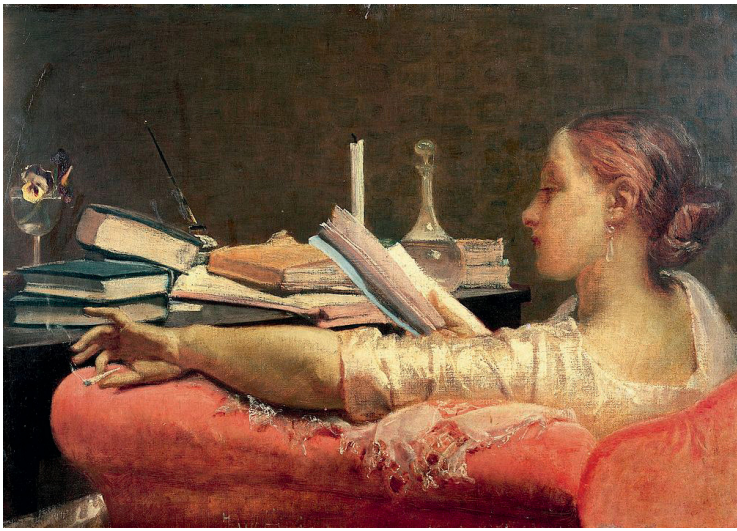
meno con la stessa frequenza di coloro che si definiscono lettori. D'altra parte, questi ultimi non costituiscono affatto, sul piano identitario, un insieme compatto. A definirsi lettori sono soggetti che appartengono, di volta in volta, a sottoinsiemi identitari eterogenei.

La carta vince sul digitale

La preferenza per il formato tradizionale, poi, potrebbe essere legata a un aspetto estetico e sensoriale. Ipotizziamo che i più giovani apprezzino i libri non solo per il loro contenuto, ma anche come oggetti. Ciò che riguarda l'aspetto visivo e sensoriale del mondo letterario – toccare i libri, collezionarli, sentirne il profumo – è parte di un'estetica legata alla letteratura. O, per tornare al punto, è parte di un *habitus* sociale. E, siccome l'*habitus* va sfoggiato, questa componente fisica si riflette anche in consuetudini e pratiche particolari, come i cosiddetti "tour delle annotazioni", video su TikTok e Instagram in cui i giovani esibiscono immagini dei libri appena letti, ricchi di evidenziazioni, note e post-it colorati.

Esemplificativo il caso della ventunenne Magdalena Rosa, in arte Maggie (quasi 270mila follower su TikTok e oltre 21mila su Instagram). Nel suo tour delle annotazioni, in evidenza fra le storie di Instagram, raccoglie immagini di pagine ricche di sottolineature, note a margine, passi evidenziati con colori di volta in volta diversi, foglietti inseriti fra le pagine. Segnali, si potrebbe pensare, di una lettura praticata in modo concentrato e immersivo, ma anche della tendenza ad adottare una prospettiva intertestuale, tessendo una rete di relazioni fra il testo del libro e un altrove (riflessioni personali, porzioni diverse dello stesso libro, altre opere e così via).

In un video del 19 settembre 2024, la stessa Maggie ci conduce in una sua tipica «giornata da lettrice in sessione»: l'inizio con la colazione del mattino, accompagnata dalla lettura di qualche pagina di *Scarred* di Emily McIntire; poi la necessaria interruzione per il dovere che



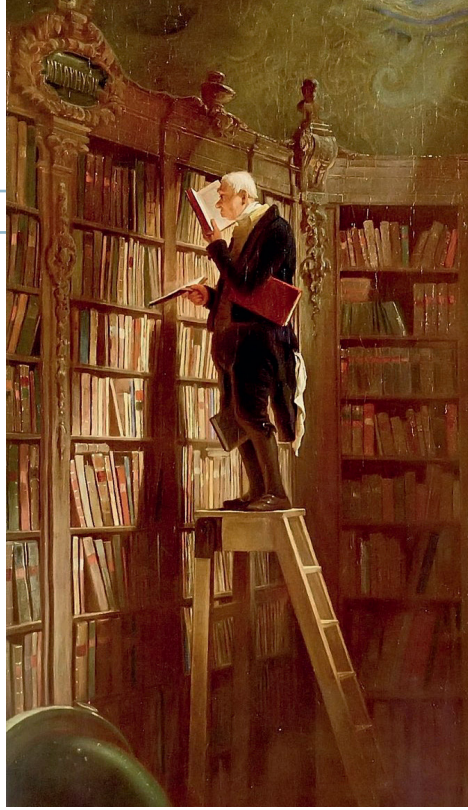
Nella pagina accanto, Federico Faruffini, *Lettrice*, 1865 circa, Milano, Galleria d'Arte Moderna. Qui sotto, Silvestro Lega, *Lettura romantica*, 1864-1865, collezione privata.

chiama (l'esame universitario da preparare); una nuova pausa dedicata al romanzo, dopo mangiato («alterno studio e lettura, ovviamente dando più importanza al primo e trattando la lettura come pausa tra un momento di studio e l'altro»); e infine il piacere della lettura serale, «comoda nel letto». La descrizione di questa piccola fenomenologia e del modo in cui il libro si inserisce nella postura quotidiana di Maggie ci aiuta a comprendere il ruolo della lettura in quanto *habitus*.

La materialità del libro di carta, dunque, è il presupposto di un'esperienza sociale che, per gli appartenenti alla Gen Z, si perfeziona nello spazio virtuale della Rete. L'hashtag #BookTok identifica una sottocomunità di utenti di TikTok che condividono raccomandazioni di lettura, discutono di libri e si sfidano in vario modo. Non c'è solo la figura della giovane *booktoker*, quasi sempre di sesso femminile, che fa della sua capacità di influenzare gli utenti una vocazione e, talvolta, una professione. È tanto più interessante il caso di chi identifica nel libro un elemento della propria identità narrativa e quindi della rappresentazione sociale del proprio sé, pur occupandosi di altre cose.

Il caso di Library Science

Ecco l'esempio di Kaia Gerber, modella e attrice americana nata nel 2001. Nel suo profilo su Instagram, seguito da quasi 10 milioni di utenti, abbondano consigli di lettura e immagini di celebrità che si mettono in scena nell'atto di leggere. Insieme ad Alyssa Reeder, già redattrice di *Vanity Fair* e oggi titolare di un'agenzia creativa, Gerber ha lanciato nel 2024 la piattaforma web Library Science. Presentato come un club del libro, il sito raccoglie un certo numero di videorecensioni di opere letterarie di vario genere, con la partecipazione dell'autore o del traduttore in qualità di ospite. Sono dialoghi di circa mezz'ora, pubblicati in origine su YouTube, che si sviluppano sempre in un contesto domestico: l'ospite interviene in videoconferenza, e la scarsa qualità tecnica dell'output contribuisce a conferire un tono intimo alla conversazione. Un link accanto al video incoraggia l'utente ad



acquistare l'opera recensita e lo trasferisce nella piattaforma Bookshop.org, un'iniziativa benefit che finanzia le librerie indipendenti.
Le riflessioni librarie di Gerber, senza essere banali e ingenerose, appartengono tuttavia a quel tipo di «scrittura personale» che Daniel Mendelsohn contrappone alla capacità di «formulare giudizi basati sulla competenza» (*Il manifesto di un critico*, in *Estasi e terrore. Dai greci a Mad Men*, Torino, Einaudi, 2024, pp. 361-372). È una retorica, quella della giovane modella-influencer, che fatica sempre ad andare al di là di un «mi piace» o «non mi piace». Al messaggio istituzionale del critico letterario («vi parlo di questo libro, perché è bello»), Gerber sostituisce il discorso intimo e il messaggio autoriflessivo di una lettrice («questo libro è bello, perché ne parlo; e dunque in definitiva sto parlando di me stessa»). Nella sezione Shop del sito di Library Science è anche possibile acquistare capi o accessori di abbigliamento con frasi stampate che rinviano al libro come parte di una postura, per non dire di un *outfit*: così la borsa che proclama un impegnativo *Back to literature*, o la t-shirt che conferisce a chi la indossa la qualifica di lettore (*Come to my house, I have great books*).
Non meno significativo il caso della cantante Dua Lipa, altra esponente di peso della Gen Z. Il canale Book Club di Service95, piattaforma online fondata dalla popstar britannica (il 95 allude al suo anno di nascita) che si propone

Nella pagina accanto, un gruppo di giovani, appartenenti alla Generazione Z, riunito in un club, immersi nella lettura di libri (immagine creata con ChatGPT 4o Image Generator) e Carl Spitzweg, *Der Bücherwurm*, 1850 circa, Schweinfurt, Museum Georg Schäfer.

come una sorta di "concierge culturale". È la stessa Dua Lipa a recensire, una volta al mese, libri di vario genere. Anche in questo caso si tratta di videointerviste di mezz'ora, nelle quali la cantante conversa con gli autori.

Feste di lettura

Un fenomeno in crescita, che andrebbe sempre visto nell'ottica di considerare la lettura come *habitus* sociale, è rappresentato dai club del libro non virtuali, che la Gen Z e i Millennial stanno reinventando come spazi di socializzazione e scambio culturale. Una di queste oasi è stata pensata negli Stati Uniti da quattro amici ventenni. Sono i Reading Rhythms, o "feste di lettura", che rispondono al bisogno di autenticità e di pratiche più tradizionali, in un'epoca in cui le distrazioni sono sempre più pervasive. I quattro creatori del format, giunto sino a Roma, hanno stabilito una struttura precisa: per ogni evento è prevista un'ora di lettura, inframmezzata da una pausa, a cui segue una serie di discussioni a partire da suggerimenti di lettura liberi. Le regole da seguire sono semplici: dimenticarsi del cellulare, aver voglia di socializzare e portare un libro con sé. Il risultato è una grandissima sorpresa: una serata piacevole, trascorsa tra una chiacchierata con nuova gente e un paio di pagine lette in serenità, senza il bisogno di connettersi con il mondo social, perché la vera socialità la si sta creando in quel momento.

Perché il bisogno di un antidoto alla frenesia dei social? Forse questo desiderio di normalità rappresenta una reazione all'eccesso di stimoli e alla superficialità che spesso caratterizzano l'interazione sui social. Le tecnologie digitali hanno indubbiamente cambiato il modo in cui consumiamo i contenuti, portando a non poche distrazioni e a un'inclinazione per formati brevi e immediati. In questo contesto, molti avvertono il bisogno di ritrovare un'esperienza di lettura più profonda e contemplativa, che offra non solo intrattenimento, ma anche riflessione e crescita personale.

La riscoperta della narrazione totalizzante e riflessiva da un lato e l'interazione significativa che si crea attraverso l'unione di più persone con gli stessi interessi dall'altro fanno di questi eventi dei catalizzatori per la costruzione di rapporti autentici, in contrapposizione alla superficialità che spesso caratterizza il mondo del digitale. La pace che trasmette la lettura di un libro cartaceo, la sensazione piacevole delle pagine che vengono sfogliate, la possibilità di immergersi profondamente in una lettura senza distrazioni sono tutti evidenti indizi che suggeriscono i motivi della buona riuscita di questa iniziativa.

In cerca di risposte

Di estrema rilevanza è il ruolo che la lettura assume nella vita di molti giovanissimi. I nativi digitali, considerati spesso poco attratti dal libro e avvezzi verso differenti attrattive, in realtà sanno essere lettori appassionati, nonché

abili frequentatori di biblioteche. Rispetto ai Millennial, gli esponenti della Gen Z sembrano più interessati a una connessione emotiva e un'identità con il mondo esterno. Si dedicano al mondo della lettura con l'intento di trovare risposta ai quesiti che si pongono e, soprattutto, di comprendere meglio sé stessi e il mondo che li circonda. Per di più, la Gen Z ha maggiore consapevolezza sul benessere mentale e, proprio nella lettura, trova una possibilità di sollievo.

Perché la generazione nata con lo smartphone sembra guardare indietro? Si tratta della ricerca di una nuova prospettiva, in risposta a un bisogno radicato nel profondo dell'animo? La Gen Z, ci dice Twenge, manifesta i tratti dello scontento e del pessimismo, per non dire della depressione, ma è tutt'altro che apatica. Soprattutto, ha una chiara consapevolezza: preferisce la via lenta e ricerca la sicurezza fisica ed emotiva. In un mondo dominato dalla tecnologia, la risposta dei più giovani assume i contorni di una ribellione, nella ricerca di esperienze più concrete. A differenza dei Millennial, gli esponenti della Gen Z sono cresciuti in una realtà satura di connessioni e di schermi. Forse troppo satura. Da qui nasce il bisogno di un'esperienza di lettura più tangibile e più autentica. Frequentando i Reading Rhythms, i giovani scelgono di fermarsi, riscoprendo la bellezza del libro di carta e l'intensità della lettura: profonda, consapevole e razionale. Non è affatto un rifiuto nei confronti della tecnologia, ma un nuovo punto di partenza, che si spiega con la necessità di ritrovare un equilibrio, rallentando e vivendo il momento.

Oggi sacrifichiamo le nostre abilità sull'altare del Digitale. E non lo facciamo solo per comodità. C'è, in questo nostro volgerci verso l'oracolo del dispositivo, al quale poniamo continue domande, un'affannosa ricerca di senso. Vogliamo risposte che, tuttavia, non sempre otteniamo. Come il famoso Pastore errante di Leopardi. Egli sottopone alla Luna molteplici interrogativi, senza ricevere responso alcuno. La sua sorte è di restare in bilico, forte solo delle sue capacità.

Angelica Antonacci e Paolo Costa