

Psicologia ed internet: nuovi e vecchi costrutti psicologici nella lettura dei fenomeni psico-sociali

di Ruggero Ruggieri* e Stefania Attanasio**

1. Introduzione al tema

L'utilizzo delle nuove tecnologie sta ridefinendo gli assetti tradizionali dello scambio sociale a vari livelli -produttivo, lavorativo, amicale, relazionale in genere- probabilmente costituendo nuove modalità di relazione tra gli attori coinvolti.

Ciò che generalmente viene chiamata *new economy* sta di fatto producendo uno sconvolgimento delle relazioni, tanto da oltrepassare la sfera economica ed investire anche quella sociale nel senso più lato del termine; in realtà, le modalità di rapporto che oggi sono sempre più evidenti attraverso l'uso delle nuove tecnologie, ed in particolare internet, sono quelle non più basate sul possesso di beni ma sull'accesso ad essi (Rifkin, 2000), costruendo relazioni di scambio che assumono caratteristiche nella reciprocità della stessa relazione.

Quanto appena affermato trova sicuramente una facile condivisione nelle comunità scientifica e non solo: le diverse ricerche condotte, la nascita di riviste specializzate e l'ampio dibattito di questi ultimi anni altro non sono che una testimonianza evidente degli interrogativi e delle corrispondenti risposte circa gli impatti sociali che le nuove tecnologie realizzano nei diversi ambienti.

Vale la pena precisare però che studi di settore, in origine di matrice per lo più anglosassone, indipendentemente dalla loro appartenenza disciplinare -giuridica, economica, sociologica ecc.- hanno affrontato l'argomento richiamando i costrutti classici e tipici del proprio settore scientifico. Anche la psicologia non è stata esente da questa tendenza; del resto le cose non potevano andare diversamente visto che ciascun costrutto scientifico di per sé è un'entità che si candida ad una possibile lettura della realtà, ad una sua classificazione, in modo da stabilire dei criteri di previsione del fenomeno attraverso la conoscenza delle leggi che lo governano.

A tale proposito, il rimando è ai diversi filoni di studi in campo psicologico, ai costrutti da essi richiamati, alle impostazioni di ricerca adottate ed alle variabili prese in considerazione -che per economia di discorso non tratteremo essendo altro il focus del nostro lavoro (Galimberti & Riva 1997; Bonaiuto, 2002)¹.

Una esemplificazione di questo discorso è ampiamente rintracciabile in qualsiasi testo che si occupi di nuove tecnologie, quando, oltre che a presentare la "solita" narrazione sulla nascita di internet e sulla sua evoluzione da strumento di comunicazione militare e accademico a strumento di comunicazione di massa, vengono presentati le determinanti che caratterizzano questo di tipo di attività. Compaiono, dunque, i concetti di tempo e spazio, luogo e identità, appartenenza e potere, gruppo e comunità, comunicazione verbale e non verbale, ecc. (Bonaiuto, 2002; Cardaci, 2001; La Barbera, 2001; Mannarini, 2002; Pravettoni, 2002; Palomba & Martinino, 2000; Roversi, 2001; Stone, 1995; Turkle, 1995; Wallace, 1999)². Allo stesso tempo seguono nuove terminologie come *cyberspace*, *realtà virtuale*, *non-luoghi* (Augé, 1992; Rheingold, 1991, 1993) che, a nostro avviso,

* Psicologo e Assegnista di Ricerca, Università degli Studi Di Lecce.

** Assegnista di Ricerca, Università degli Studi Di Lecce.

¹ Entrambi gli autori offrono una rassegna ragionata sugli approcci che hanno contraddistinto la *Comunicazione Mediata da Computer (CMC)*, mettendo in risalto come molto spesso i contributi psicologici si collocano dentro ricerche di carattere interdisciplinare.

² Se si appartiene al filone degli studi sull'identità allora l'accento sarà sull'anonimato, sulle multi-identità che ciascun attore può assumere. In questi casi, nuove categorie concettuali si offrono a leggere la mobilità cui è sottoposto il costrutto di identità, quali per esempio 'camaleontismo telematico' (Stone, 1995; Turkle, 1995), 'pelle telematica' (La Barbera, 2001), ecc. Quello che, a nostro avviso, è interessante rilevare è come queste concettualizzazioni risentano comunque della matrice originaria, per l'appunto quella dell'identità. Al contrario, in un mondo organizzato da *nickname* e *pseudoanonimati*, altri studi incentrano il loro focus sulla fiducia nelle interazioni in rete (Galimberti Galimberti, Gatti, Cantamesse, & Mauri 2003). Chiediamo scusa al lettore, se interrompiamo qui la trattazione dell'argomento essendo nostra intenzione solo ragionare sulla diversità delle impostazioni di ricerca e sull'uso dei costrutti.

almeno per un certo lasso di tempo, hanno assunto le vesti di vere torsioni concettuali, 'viziando' la conoscenza dell'oggetto di studio in esame.

Si pensi, per esempio, all'*interattività* assimilata nella maggior parte degli scritti al pari di un imperativo categorico dal quale è impossibile prescindere. Peccato che di questa dimensione tecnica -sviluppata con i supporti interdisciplinari di diversi autori che si sono occupati dell'interazione uomo-computer (Henkel, 1991; Laurel, 1986, 1990, 1991; Norman, 1988; Scheinderman, 1992; Turkle, 1984), arricchita e ridefinita in modo diverso dagli studi sulla comunicazione (Rafaeli, 1988)- ne sia stata in qualche modo trascurata la potenzialità sociale³. Se si volesse costruire un sito interattivo, immediatamente il pensiero sarebbe oltre che per i contenuti anche per la distribuzione degli stessi, per la loro visibilità (colori e *banner*) e per gli strumenti capaci di generare diverse forme di interattività (*chat, forum, newsletter* ecc.); difficilmente, però, si penserebbe alle modalità in grado di supportare l'interattività non tanto sul piano tecnico quanto sul piano sociale. Basterebbe un semplice distinguo tra interattività e partecipazione, o più in generale, basterebbe affiancare alla dimensione tecnica quella psico-sociale per cogliere nuove potenzialità del fenomeno, sulla base del quale produrre percorsi di ricerca differenti⁴.

Anche la dizione "realtà virtuale", a nostro avviso, si muove in questa prospettiva: se da una parte, infatti, questo tipo di locuzione indica chiaramente il riferimento al fatto che è possibile percepire-agire-sentire all'interno di un sistema uomo-macchina-ambiente -dove la macchina, nel senso più lato del termine, è un semplice medium- (Gallarini, 1994), dall'altra la contraddizione dei termini in essa presenti ha aperto una lunga discussione se la "realtà virtuale" debba essere considerata al pari di quella reale. Anche in questo caso ci si imbatte in un *cult* della letteratura di settore, dove diverse posizioni si confrontano ricorrendo a modelli teorici e appartenenze disciplinari differenti (Carotenuto, 1998; Di Maria & Cannizzaro, 2001; Di Maria, Lavanco, Novara & Cannizzaro, 2003; Jacobelli, 1998; Mantovani, 1998; Maracchia, 1998; Mettieri & Manera, 2000; Parisi, 1998; Peirce, 1998; Rheingold, 1993, per citarne alcuni).

Non è interesse di questo lavoro entrare nel merito della questione, anche se è utile registrare come il semplice ricorso ai contributi della psicologia generale e della psicologia clinica, con i loro rispettivi derivati applicativi, permetta una definitiva archiviazione del caso a vantaggio dell'equazione: reale = virtuale⁵.

Quello che qui si vuole mettere in luce, sono le conseguenze di questa disquisizione in altri ambiti di ricerca, come negli studi sul concetto di comunità. Sebbene più autori abbiano ampiamente dibattuto le "insidie" presenti nel concetto di comunità, svelando come questo, oggi, poco si presti a leggere alcune dimensioni proprie dell'età globale (Bagnasco, 1999, 2002; Gelli, 2002; Mannarini, 2002)⁶, rimane fuorviante l'associazione di *virtuale* vs *reale* al termine comunità. Per cui, da una parte la comunità reale preserva tutte quelle caratteristiche proprie del concetto tradizionale (delimitazione territoriale, senso di appartenenza, influenza ecc.), dall'altra la comunità virtuale, non specificandosi con gli stessi costrutti, è da alcuni intesa come non-comunità. Dunque, la contrapposizione reale/virtuale ricalca quella comunità virtuale/comunità reale.

Ora, l'aspetto che ci preme sottolineare è ancora una volta la scelta dei costrutti di ricerca e quanto essi siano in grado di soddisfare i criteri di validità ed attendibilità rispetto al fenomeno tecnologico internet.

Nell'analisi della letteratura abbiamo riscontrato, se pur in modo differente, una riflessione simile

³ Galimberti e Riva (1997) mettono in guardia dalla distorsione concettuale alla quale molti costrutti si prestano nel momento in cui si avviano scambi interdisciplinari; a proposito dell'interattività, non solo gli autori dichiarano la necessità di approdare ad una concettualizzazione che contenga tutta la sua variabilità disciplinare, ma allo stesso tempo colgono i limiti di un simile percorso quando vedono ridursi la malleabilità del concetto che esclude il controllo sulla sperimentazione del medium. In questo caso, quindi, il libro, viene considerato fuori dal rapporto con il suo fruitore (il lettore) e classificato come non interattivo.

⁴ Questo stesso salto logico oggi sembra caratterizzare la diffusione della TV digitale, dove la costruzione dell'offerta tecnica appare disancorata dai suoi possibili fruitori.

⁵ Il rimando è agli studi sulla percezione, sulla memoria nonché a quelli sulla costruzione della realtà (Belardinelli, 1986), come anche ai meccanismi di difesa già individuati da Freud.

⁶ È interessante notare come alcuni autori tentano di operare mediazioni culturali con lo scopo di aprire la strada a nuovi costrutti. In particolare, Mannarini (2002) incentra il suo saggio sul concetto di 'comunità di relazioni'; la relazione quindi diventa la dimensione principe, un ponte tra le diverse concettualizzazioni della fattispecie in oggetto.

nei lavori del noto sociologo Castells. Questi, dichiarando apertamente la necessità di cogliere « nuovi modelli di socialità che scaturiscono dall'uso di internet » (2002, p.118) denuncia il viziato esito di alcuni lavori dovuti ad una impostazione ideologica, con conseguenti ritardi sul piano scientifico⁷. La proposta di Castells (1996) è quindi quella di lavorare per individuare nuovi costrutti, accettando di essere davanti a qualcosa di nuovo per il quale alcune volte è indispensabile riconoscere l'inutilità di talune vecchie teorizzazioni che ci hanno accompagnato negli anni, piuttosto che operare una sorta di ammodernamento di quelli esistenti⁸.

Nella stessa direzione vanno i lavori di Barman (2002) che, rifacendosi agli studi di Perez (1983), di Tapscott e Caston (1992) e di Foster e Kaplan (2001) considera *Internet un nuovo Levitano*, capace di generare *nuovi paradigmi di pensiero e di business*.

Riprendendo l'autore: « [...] in termini di business, Internet ha rappresentato una scoperta veramente importante. Il problema è che l'implementazione degli strumenti che internet fornisce deve ancora generare una ridefinizione precisa del concetto di business, in parte perché ciò richiede strumenti e metodologie più complesse di quelli utilizzati nel business tradizionale, e **in parte perché rivela sia la mancanza di preparazione culturale, sia livelli inadeguati di conoscenza nel tradizionale mondo del business che noi conosciamo**. Per sviluppare il parallelo con la scoperta dell'ossigeno: proprio come vi è qualcosa di errato nell'immagine della scienza che assegna un ruolo così fondamentale alla scoperta, **allo stesso modo possiamo sostenere che qualcosa è sbagliato nell'immagine di internet che assegna un valore così alto all'evoluzione tecnologica mentre il vero problema è che abbiamo bisogno di lessico e concetti nuovi**. Presupponiamo per un momento che dopo lo sviluppo di internet, il mondo del business "abbia scoperto" la Rete in senso scientifico in un momento precisamente identificato nel tempo, allora il tempo essenziale per identificare il fatto e assimilarne la teoria non era disponibile. Confusione e fraintendimenti erano inevitabili. Infatti, "soltanto quando tutte le categorie concettuali attinenti ad esso sono pronte in anticipo, nel qual caso il fenomeno non sarebbe di un genere nuovo, la scoperta del *che* e la scoperta del *che cosa* possono avere luogo insieme, senza alcuno sforzo e in un solo istante"» (Barman, 2002, p.9)⁹.

Burman, dunque, ripercorrendo nel suo lavoro l'insegnamento khuniano, approda ad un tentativo di individuazione dei criteri fondanti di quello che viene chiamato il "paradigma tecnologico" sulla base di una chiara consapevolezza che: «il grande successo di internet non è tecnico ma è sull'impatto umano» (p.16).

In relazione a queste riflessioni si pone, dunque, in modo naturale la seguente domanda: come è possibile approdare alla conoscenza del "paradigma tecnologico"?

La risposta è ravvisabile in parte nei lavori di Taylor (1911), quando definiva la scientificità dei processi non tanto in base ai criteri epistemologici quanto sull'orientamento pragmatico del processo, *razionalmente ispirato*.

L'impostazione tayloristica soddisfa parzialmente il quesito posto, non solo perché oramai il paradigma della razionalità è stato sostituito da quello della complessità –oggi a sua volta discusso, sulla base dei principi ispiranti la Teoria del Caos¹⁰- quanto perché sembra organizzare una contrapposizione tra paradigmi di ricerca scientifica e paradigmi di intervento.¹¹

Al contrario, la nostra ipotesi è che sia possibile approdare al "paradigma tecnologico" spostando l'attenzione sulle modalità di fruizione del mezzo/medium. In altre parole, si tratta di partire dalle

⁷ Del resto già Khun (1962), nell'introduzione del suo celebre lavoro, chiarisce in modo esaustivo come il percorso formativo di ogni singolo scienziato condizioni l'intera sua produzione scientifica, sulla base dell'affezione alla propria scuola.

⁸ Rimanendo al concetto di comunità è possibile rintracciarne più di novanta definizioni che richiamano altrettante varianti lungo un continuum temporale dell'ultimo secolo. E' chiara quindi la difficoltà di operativizzare un concetto che sembra per certi versi declinarsi in modo differente, prendendo in considerazione variabili differenti.

⁹ I corsivi e le virgolette sono del testo originario. Il grassetto con il corsivo è nostro.

¹⁰ Il fallimento dei modelli di conoscenza lineari ha indotto diversi autori a ricorrere agli strumenti della fisica, ispirati dalla Teoria del Caos. Si tratta di modelli matematici che si basano su algoritmi in grado di individuare un determinismo su distribuzioni apparentemente disordinate. In questo modo, ciò che viene definito casuale in realtà è frutto di variazione delle forze che possono essere adeguatamente calcolate, quindi previste.

¹¹ A dire il vero la polarità individuata da Taylor è espressione proprio di quegli anni. I più ricorderanno che nella psicologia si distingueva, infatti, tra ricerca applicata e ricerca pura.

forme d'uso che definisco il ricorso al mezzo per comprendere quali possibilità di sviluppo siano ad esso legate. In questo modo si supera la dicotomia tayloristica e si aprono i presupposti di una metodologia dell'intervento che, partendo dal fenomeno, ancora ad esso la costruzione di paradigmi di ricerca. Si aprono, in tal modo, nuovi scenari per la ricerca scientifica attraverso lo sviluppo di costrutti adeguati alla sua comprensione.

In questa prospettiva, si muove il nostro lavoro, che rappresenta uno studio sui modelli di fruizione¹² generati dal concetto di Comunità ed i costrutti scientifici ad essi associati, sulla base di un'indagine di tipo esplorativo che ha visto come protagonisti gli utenti della più grande comunità virtuale italiana: Digiland¹³

2. Modelli teorici della ricerca: Rappresentazioni Sociali e Collusione

L'individuazione dei modelli di fruizione associati al concetto di comunità è reso possibile, in primo luogo, dal ricorso al costrutto delle rappresentazioni sociali (Moscovici, 1988), in quanto sistemi di conoscenza finalizzati al compimento di azioni e strettamente derivate dalla collocazione sociale degli individui nei diversi gruppi.

Ciò che veniva riconosciuto dagli studiosi della *social cognition* era lo stretto legame e l'interdipendenza tra l'attività cognitiva propria dell'individuo ed il pensiero sociale della stessa. La continuità tra queste due polarità veniva riconosciuta nel simbolo, quale modello arricchente ed organizzante la rappresentazione sociale (Forgas, 1989; Moscovici, 1988; Tajfel & Turner, 1986)¹⁴. L'esplorazione di questa dimensione simbolica è resa possibile mediante il costrutto della collusione quale strumento di interpretazione genetica e motivazionale della rappresentazione sociale (Carli, 2000), basato sulla categorizzazione affettiva della realtà, come indicato dagli studi di Matte Blanco (1975) e di Fornari (1979).

In questo senso, le funzioni delle rappresentazioni sociali e della collusione sono oggetto di interesse di questo lavoro poiché permettono di individuare i modelli di fruizione evocati dal concetto di comunità sulla base del fatto che:

- a) attraverso le rappresentazioni dei soggetti intervistati si possano inferire le modalità con le quali essi si rapportano ai contesti di riferimento (nella fattispecie in oggetto, quindi, nelle comunità virtuali e reali), contribuendo a co-costruirli secondo un agire pratico e quotidiano.
- b) attraverso la collusione si possano individuare i nuclei simbolici organizzanti le rappresentazioni sociali in gioco, in modo da comprendere l'intera variabilità di significato espressa dalle loro azioni.

3. Metodologia

Dal punto di vista metodologico si è partiti dall'assunto che le rappresentazioni sociali e i derivati processi collusivi sono rintracciabili nelle produzioni linguistiche dei soggetti presi in esame. Pertanto si è proceduto alla conduzione di interviste e alla loro analisi attraverso un processo inferenziale, in ragione della clusterizzazione dei *lemmi*.

Questa operazione è stata condotta sulla base di due criteri: quello della *co-occorrenza* e della *ricorsività*. In altri termini, con l'ausilio del software T-Lab si è proceduto alla scomposizione del *corpus* testuale riorganizzandolo in "frammenti di discorsi" privi delle connessioni sintattiche e tematiche e degli stili soggettivi di chi organizza il discorso stesso. Ciò è reso possibile grazie alla procedura statistica dell'analisi delle corrispondenze multiple tra singoli lessemi e segmenti di

¹² Per modelli di fruizione si intendono le dinamiche psicologiche sottostanti i comportamenti evocati dal contesto comunità. Un lettore attento si accorgerà che i modelli di fruizione non sono un costrutto psicologico; al contrario essi rappresentano un obiettivo metodologico. Pertanto, all'interno di questo discorso, il concetto di comunità rappresenta un pretesto per costruire criteri capaci di verificare l'impatto psico-sociologico delle NT attraverso l'individuazione dei comportamenti di uso.

¹³ Si ringrazia Wind e, in particolare, la dott.ssa Donatella Lauro per avere reso possibile la ricerca.

¹⁴ Scriveva Moscovici (1988): «La logica operante in questo processo rende impossibile la neutralità, richiede che ad ogni individuo, ad ogni cosa sia assegnato un valore positivo o negativo e gli sia data una posizione in un ordine gerarchico. Quando classificate qualcuno come nevrotico, ebreo o povero, non state semplicemente facendo un'osservazione, state anche esprimendo un giudizio, state stigmatizzando questa persona. Con il simbolo stesso rilevate la vostra 'teoria' sulla società e sulla natura umana» (p.267).

testo.

I lessemi (insiemi di parole derivanti dalla stessa radice lessicale) sono ad alta valenza polisemica, nel senso che possono veicolare dal punto di vista simbolico molteplici ed infiniti significati. In questo senso, essi sono delle vere e proprie parole chiave.

Il principio dell'analisi consiste nell'attribuzione di significato operata dal ricercatore alla *relazione* tra parole appartenenti alle classi di enunciati differenti, tenendo in considerazione il funzionamento bi-logico della mente; in altre parole *la relazione tra le parole individua la rappresentazione sociale e il processo collusivo* in corso.

Quindi, coerentemente con la scelta di non definire *a priori* tutte le dimensioni utili alla finalità della ricerca, si è adottato un approccio metodologico *data driven*: si è, pertanto, affidato alla sensibilità teorica dei ricercatori (*theoretical sensitivity*) il compito di attribuzione di significato ai dati, utilizzando una logica di carattere *abduittivo* (Ginzburg, 1986).

Il paradigma epistemologico assunto è quello del costruttivismo, secondo cui la realtà è una costruzione mentale derivata da processi sociali ed esperienze personali. In questa accezione, dunque, la realtà non risponde a criteri vero/falso, ma si offre nella sua intera variabilità. L'interazione ricercatore ed oggetto di studio è un presupposto fondamentale per potere approdare ad una realtà nuova, ridefinita sulla base di una attività ermeneutica/interpretativa -le inferenze sulla base di modelli-, in modo da comprenderne tutta la sua ricchezza (Manetti, 2002).

3.1 L'intervista non strutturata via email: il processo di negoziazione delle modalità di risposta quale garanzia di validità dello strumento

L'intervista non strutturata è stata ritenuta lo strumento più idoneo e coerente a raccogliere il tipo di dati richiesto in ragione della tipologia di analisi (Corbetta, 1999). Ritenuta rilevante la distribuzione del lessico e delle co-occorrenze nel vocabolario, è importante che l'intervistato non sia indirizzato né da temi prestabiliti né da contenuti e modalità di presentazione delle domande. E' stata, dunque, privilegiata la possibilità che l'intervistato organizzasse liberamente la propria produzione discorsiva e che fosse in qualche modo privo di forme di influenzamento.

Tanto le modalità di erogazione delle interviste (via email) quanto quelle della risposta sono state oggetto di negoziazione. Infatti, la partecipazione dei soggetti alla ricerca prevedeva l'impegno a:

- scrivere il più possibile argomentando e motivando le proprie opinioni, nel modo ritenuto più opportuno;
- non avere comunicazioni con gli altri membri della community durante la ricerca;
- garantire l'unità e unicità dell'atto di risposta alle domande, mettendosi al riparo da disturbi o interruzioni;
- rispondere trascorse 48 ore dalla ricezione della domanda.

Al contempo, l'intervista via email ha svolto una funzione strumentale perché ha realizzato una forma di *aggancio* con i soggetti. Essendo, infatti, uno strumento di comunicazione tipico delle comunità virtuali ha garantito quel processo di *vicinanza al dato* tra ricercatore e oggetto dell'indagine, sulla base di *continuità della logica* comunicativa adoperata dai membri di Digiland.¹⁵

Ai soggetti intervistati sono state proposte le seguenti aree tematiche quale stimolo alla produzione discorsiva:

- Che idea ha della comunità virtuale? Potrebbe raccontare un'esperienza positiva ed una negativa a riguardo? Che idea ha del suo possibile sviluppo?
- Che idea della comunità reale? Potrebbe raccontare una esperienza positiva ed una negativa a riguardo? Che idea ha del suo possibile sviluppo?¹⁶

¹⁵ I soggetti intervistati hanno 'autocertificato' la propria identità. Alcuni studi sulle NT ritengono inattendibile la risposta fornita da un soggetto anonimo. Per l'impostazione adottata, l'anonimato è una caratteristica del modello di fruizione del mezzo.

¹⁶ Le domande nel loro complesso sono state sei e sono state poste in sequenza lineare. Considerando che la raccolta dei dati è avvenuta tra Giugno e Luglio 2004, mentre alcuni degli intervistati usufruiva del periodo di ferie, non si è verificato alcun caso di mortalità poiché i soggetti hanno avvisato e concordato con i ricercatori il ritardo delle risposte. Questo tipo di comportamento è stato da noi considerato un indicatore di successo della negoziazione avvenuta tra ricercatori e intervistati, oltre che della validità e l'attendibilità dello strumento email nelle interviste, resa possibile, a nostro avviso, anche dalla tecnica di campionamento.

3.2 Il campione

Il campione, di tipo non probabilistico, è composto da un totale di 33 soggetti tutti iscritti a Digiland. I soggetti sono stati bilanciati in funzione delle seguenti variabili:

- a) sesso;
- b) età (a=25-35; b=35-45; c>45);
- c) canale comunicativo (*Chat, Forum, Tribù*);
- d) tempo di iscrizione a digiland (a=0-12 Mesi; b=13-24 mesi; c>24 mesi);
- f) appartenenza ad una differente comunità reale (area metropolitana, città, paese)¹⁷.

L'uso della tecnica dello *snowballing* (Morse, 1989) ha permesso la sua costituzione. Infatti, questo sistema di reclutamento consente di formare il campione grazie alla collaborazione dei primi partecipanti alla ricerca, che ne individuano altri in base alla propria rete di rapporti. Nel caso in questione, il contatto con il Responsabile per Wind del progetto Digiland ha permesso di individuare un leader per ogni canale (*Chat, Tribù e Forum*); questi hanno dato avvio alla costruzione del campione sulla base delle caratteristiche richieste.

4. I Risultati dell'Analisi dei Dati

Le interviste sono state unificate in un unico *corpus* testuale. Successivamente si è proceduto alla costruzione del dizionario per l'analisi dei dati e a contempo sono state esclusi i pronomi, i verbi ausiliari, le congiunzioni, le preposizioni e la parola "comunità" perché oggetto della nostra analisi. I lessemi sottoposti all'analisi statistica delle corrispondenze multiple e fattoriale hanno avuto una frequenza minima pari a 6; l'analisi statistica ha, dunque, dato origine a quattro *cluster*, con un peso percentuale differente, come è reso visibile dalla figura seguente (Fig.1)¹⁸.

17 La nostra ipotesi di partenza è che ciascun individuo ha di per sé una collocazione geografica: appartiene ad una comunità. Pertanto è in grado di esperire le due forme: CV e CR

18 Queste informazioni apparentemente di carattere tecnico in realtà sono di alto contenuto metodologico. Infatti, una variazione delle procedure indicate determina un output differente a causa dell'algoritmo di calcolo utilizzato dal software.

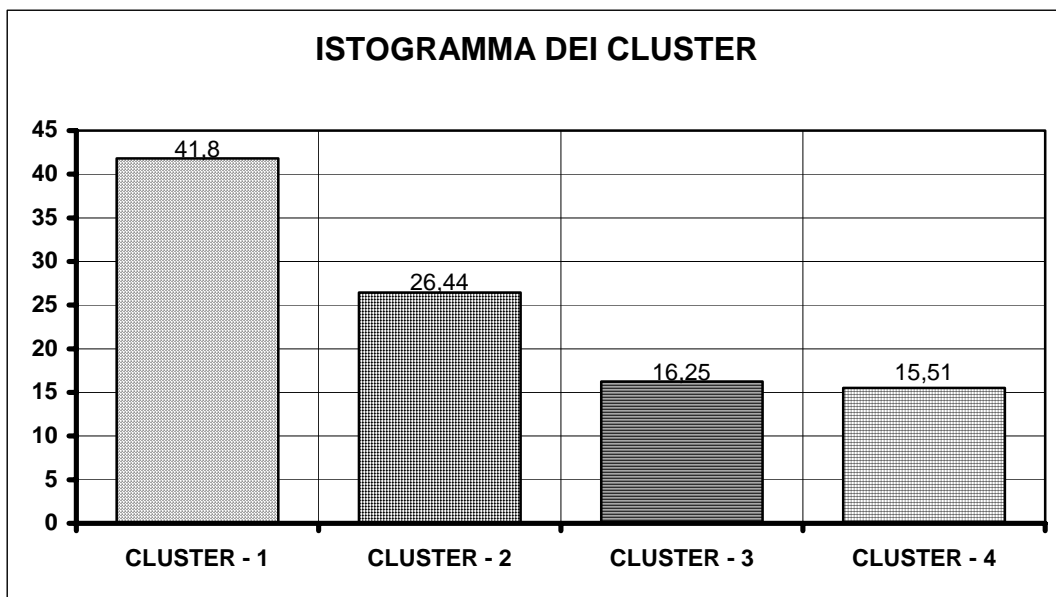


Fig. 1

I quattro *cluster* identificati costituiscono le diverse rappresentazioni del concetto di comunità articolate ed organizzate da processi collusivi differenti, che orientano i comportamenti dei soggetti all'interno delle specifiche rappresentazioni sociali della Comunità. In altre parole, ciascuna rappresentazione determina comportamenti differenti.

Come già detto, l'individuazione di tali rappresentazioni è resa possibile mediante un'attività di carattere inferenziale sui lessemi di ciascun *cluster*, escludendo quelli con un *Chi-Quadro* < 5.02 (livello di significatività accettato).

Le parole in corsivo di seguito riportate rappresentano i lessemi presenti dei quattro raggruppamenti.

4.1 Cluster I

Questo primo raggruppamento segnala come prima parola *virtuale* subito dopo seguita da *reale*. Seguono i lessemi *scambiare* e *mondo*.

Emerge, dunque, una rappresentazione del concetto di comunità nel quale non vi è alcuna differenza tra quella reale e virtuale. La comunità virtuale e reale sono la stessa cosa, un luogo al quale si *aderisce*, in cui è possibile *passare* e *lasciare opinioni* attraverso il confronto con le diverse *personalità*. Un confronto che non è al riparo da *difficoltà*, ma che è generatore di *sentimenti*, ora di *amicizia*, nel momento in cui si è in grado di costruire affinità con gli altri, ora di *odio*, quando le *mancanze* sono tali da non potere costruire alcuna relazione.

Queste dimensioni, dunque, danno luogo a diverse azioni, quali quella dell'*ignorare* e del *credere*, in ragione della verifica del *contatto* stabilito con l'altro, che non è mai oggetto di automatismo.

In questo senso, la comunità è il mezzo attraverso cui *approdare* a *rapporti* che supportino il processo di *conoscenza* del mondo, della realtà, anche mediante lo *schermo*, quale strumento che aiuta a rompere l'automatismo dei rapporti e a costruire un sistema utile a *capire* l'altro, il nuovo, il diverso.

L'organizzatore sociale di questa rappresentazione della comunità è, dunque, la scelta operata sulla capacità di guardare l'altro per quello che è e per quello che è capace di portare all'interno del rapporto. L'altro non è mai oggetto di attacco, non viene trattato come un nemico, ma come una *persona* alla quale è data comunque e sempre una possibilità di stare insieme, di *aderire* all'azione.

Il riconoscimento del valore che viene dal rapporto con gli altri determina un senso di empowerment, derivato dal potere della scelta.

Questa dimensione di potere permette di considerarsi come persone vive, di rompere ogni anonimato ed ogni indifferenza; in una parola, di *esistere*.

4.2 Cluster II

Qui l'idea di comunità è principalmente circoscritta e chiusa al nucleo familiare.

L'azione del andare fuori (*muoversi*) dal nucleo familiare può essere accettata solo da un *bambino* (dal *lat. Bambo* vuol dire "sciocco") che non ha gli strumenti adeguati a comprendere che al di là del noto c'è l'*estraneo*, qualcuno di natura diversa.

Per cui non resta che *credere* nel proprio *gruppo*, nel *genitore* come fattore di sviluppo della propria *identità*, della propria esistenza (*Razzismo*).

In tal senso, è inutile perseguire alcuna mescolanza/incontro con chi è diverso; ciò determinerebbe una richiesta di invasione da parte di chi invece vuole rimanere chiuso e protetto.

La *componente locale*, la *famiglia*, però, deve potere *cambiare*, *aprire* la *porta* al *nuovo cittadino*, per esempio attraverso l'azione del *volontariato* cioè mediante azioni che permettono l'incontro con nature diverse dalla propria rispondendo però a condizioni sociali ampiamente accettate e talvolta desiderate.

La rappresentazione del concetto di comunità è, quindi, basata sull'omogeneità ed uniformità dei suoi membri, anche e soprattutto nella modalità di risposta all'altro. L'altro, con la sua storia e i suoi valori, è un estraneo, un forestiero, visto come un'imposizione, come un pericolo. L'unico modo con cui accettare la sua diversità è il perbenismo, cioè mediante atteggiamenti rispettosi delle consuetudini sociali, sulle quali nessuno può dire nulla. L'esemplificazione di questo comportamento è nell'attività del *volontariato*.

4.3 Cluster III

L'idea di comunità che emerge da questa dimensione è quella legata al conflitto della diversità nel rapporto con gli altri. Infatti, il primo lessema *utente* è associato ad *accettare*. Seguono i verbi *scrivere*, *rispondere*, *spiegare*, accompagnati dalla parola *sensibilità*, ad indicare la fatica dello stare con altri diversi da noi e del dovere prestare attenzione al modo di porsi nei rapporti.

I lessemi *uomo* e *donna* associati al *linguaggio* indicano le notevoli difficoltà di comprensione reciproca tra persone completamente diverse, non solo per le loro caratteristiche fisiche, ma anche per educazione, per cultura, per ruolo ricoperto nella società ecc..

Per cui la comunità è un luogo in cui i rapporti sono oggetti tanto di incontri quanto di scontri; infatti è possibile *arrivare* all'altro per *sposarne* le tesi, come anche per *migliorare* ed *acquisire* nuove conoscenze. Allo stesso modo però bisogna *difendersi* dalle *vessazioni*, con *coraggio*, superando la *timidezza* e provando a *cominciare* a *gestire* gli insulti con *comportamenti* che richiedono *rispetto*.

Dunque, **la dimensione che organizza questa rappresentazione sociale è quella della dialettica del conflitto** attraverso l'affermazione di sé e delle proprie idee in relazione a quelle degli altri. **La logica è quella del compromesso** più che della negoziazione della proprie posizioni. Il *focus* qui è sull'altro come possibile nemico dal quale difendersi.

4.4 Cluster IV

Il primo lessema presente in questo cluster è quello di *appartenenza*, subito seguito da *territorio*, *sicurezza*, *comune*, *interesse*.

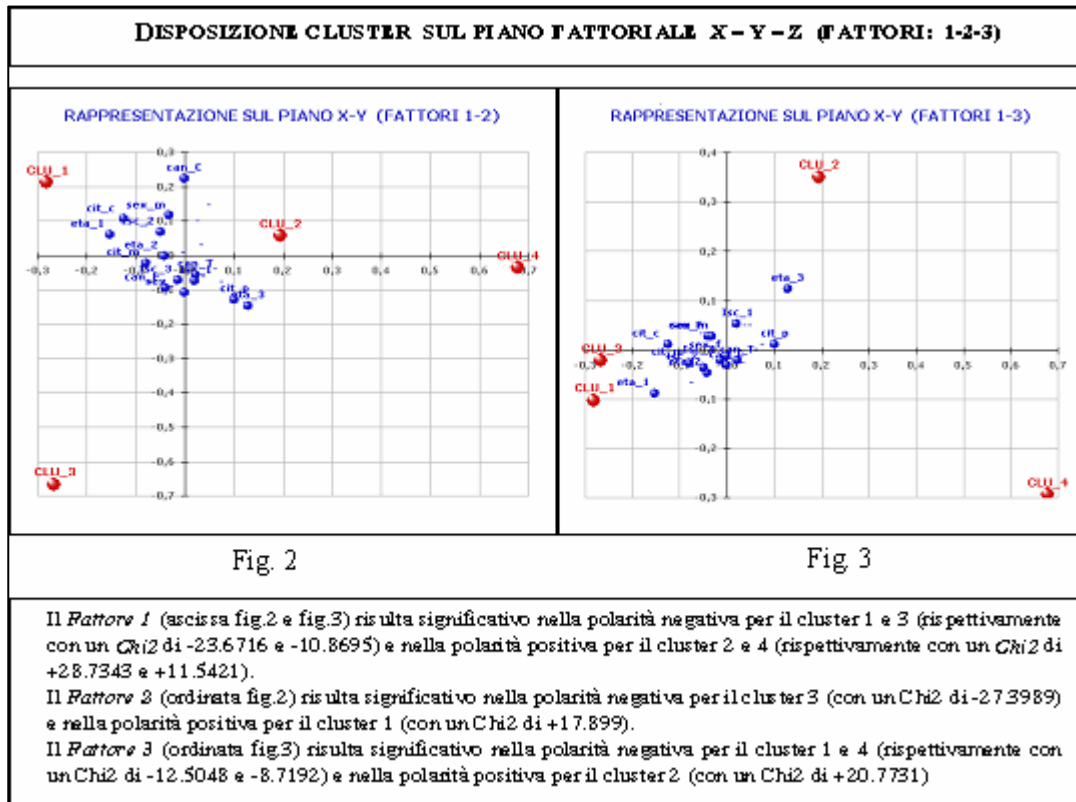
Dunque il concetto di comunità è legato al territorio (dal *lat.* *materia*), cioè ha un ancoraggio materiale; in questo senso contribuisce a costruire un sentimento di sicurezza, anche perché è frutto di interessi comuni (*cum* = insieme; *munus* dono; *moenia* difesa), cioè di rapporti reciproci basati sul supporto con gli altri in ragione dei propri bisogni come di un possibile attacco di nemico. La comunità è il luogo dove si *abita* e nel quale si è cresciuti andando a *scuola*, in cui si *resta*, in cui si scandisce la propria quotidianità andando al *bar vicino*.

La comunità, quindi si identifica con il *paese* in cui i *servizi* e le *strade* sono un segno tangibile della *cultura* dei propri abitanti. E' il luogo in cui si possono soddisfare i propri *bisogni* tipici della vita di tutti: il *lavoro* e la *casa*.

Questo cluster, dunque, si compone di tutte parole che ancorano il concetto di **comunità a dimensioni stereotipate**, che non implicano di per sé il rapporto con gli altri. Tutte le parole concorrono nel definire oggetti. Anche *iniziativa* e la *partecipazione* sono ancorate ed associate **ad una routine quotidiana**, tipica della vita di tutti, assimilabile ad un'equazione **territorio = casa = lavoro = appartenenza**.

5. I modelli di fruizione evocati concetto di Comunità: dall'Appartenenza all'Adesione

Andando a guardare la disposizione dei cluster sullo spazio fattoriale e verificando i valori del *Chi2*, si nota che il livello di significatività che ciascun cluster ha per ogni singolo asse del sistema cartesiano.



Queste indicazioni, dunque, permettono un maggiore approfondimento della dinamica in gioco nelle diverse rappresentazioni. Infatti, incrociando i dati relativi ai singoli cluster e tenendo conto delle loro diverse contrapposizioni nello spazio fattoriale, è possibile inferire altre tipologie di azioni che supportino la comprensione dei comportamenti generati dalle diverse rappresentazioni sociali. In altre parole, essi permettono di individuare i modelli di fruizione evocati dal concetto di comunità. La dinamica tra i cluster lascia quindi spazio all'ipotesi che le rappresentazioni sociali contenute nel quadrante A (Fig.4 e Fig.5) si caratterizzano come modalità di rapporto che *negano l'altro* come portatore di valore. In questo senso, questi tipi di comportamento sono settati in funzione **dell'appartenenza** e del ruolo giocato nel contesto di riferimento, in relazione tanto agli oggetti (*territorio*) quanto alle persone (*famiglia*). Pertanto, le azioni possibili sono quelle *automatiche* tipiche delle logiche interne del sistema, azioni che non prevedono un cambiamento né l'assimilazione di un'informazione diversa da quelle preesistenti all'interno della storia familiare o del luogo di vita. Si affermano comportamenti che consolidano l'appartenenza, che si basano sulle logiche dell'*in-group* e *out-group*. Sono comportamenti fondati su una motivazione sociale di tipo affiliativo (McClelland, 1985). L'unica percezione diversa, l'unica possibilità di individuare elementi diversi da sé è affidata agli oggetti e non alle persone (*Fattore 3, Dentro-Fuori, Fig.5*).

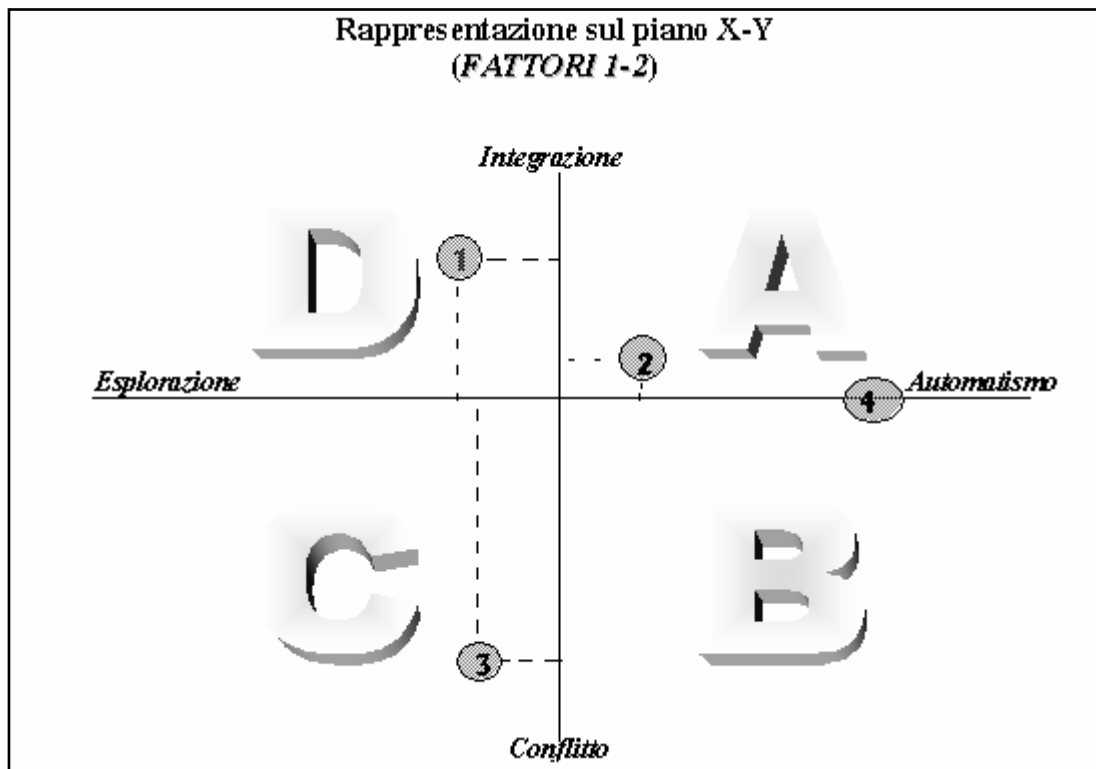


Fig. 4

Al contrario, alla negazione dell'altro si contrappone l'incontro con il diverso, la voglia di conoscenza e di *esplorazione*. Questa, però, si organizza in forme diverse nei due cluster (1 e 3) che sono contrapposti per il secondo fattore (Fig.4). Infatti, nel cluster 3 la diversità è oggetto di conflitto: il rapporto con gli altri è riconosciuto come indispensabile e necessario, pertanto fortemente ricercato. Allo stesso tempo le relazioni sembrano essere ancorate ad attribuzioni di valore, fatte non tanto sull'oggetto dello scambio quanto sulle persone che scambiano. A tale proposito, la dinamica è quella tipica del 'battibecco', dove l'altro viene visto come un possibile ostacolo alla propria affermazione, come un elemento che è capace di sottrarre valore alla propria identità. La motivazione alla base di queste azioni si declina in termini di potere (McClelland,1985). Questi tipi di comportamento sono tipici della trattativa e del compromesso che caratterizzano la dinamica dei prezzi o in generale le diverse tipologie di transazione. La logica operante è quella "io vinco tu perdi" (Arielli & Scotto, 2003; Castelli, 1996; Dixit & Nalebuff,1993; Harvard business Essenzial, 2003; Rumiati & Pietroni, 2001).

Diversamente, nel cluster 1 viene proposta una qualche forma di negoziazione nei rapporti che però risentono dell'utilità che ciascuna azione ha per i singoli attori. Infatti, se i processi di negoziazione sono attività che permettono la creazione di un nuovo valore rispetto a quello iniziale, cioè sono azioni che permettono la generazione di nuovi significati, prima non esistenti nello scambio (Arielli & Scotto, 2003; Castelli, 1996; Rumiati & Pietrosi, 2001; Harvard business Essenzial, 2003), il quadrante D (Fig.4) si caratterizza per azioni costruite **sull'adesione** dei soggetti a determinati obiettivi o scopi. I **comportamenti aderenti sono quelli basati sull'estemporaneità nella condivisione degli obiettivi** alla luce degli interessi personali e/o dei singoli criteri di utilità che ciascun soggetto può ottenere da una determinata situazione; è **in ragione del proprio interesse che il soggetto "negozia" la sua co-presenza su quell'azione**. Qui, la motivazione sottesa è quella della riuscita (McClelland,1985).

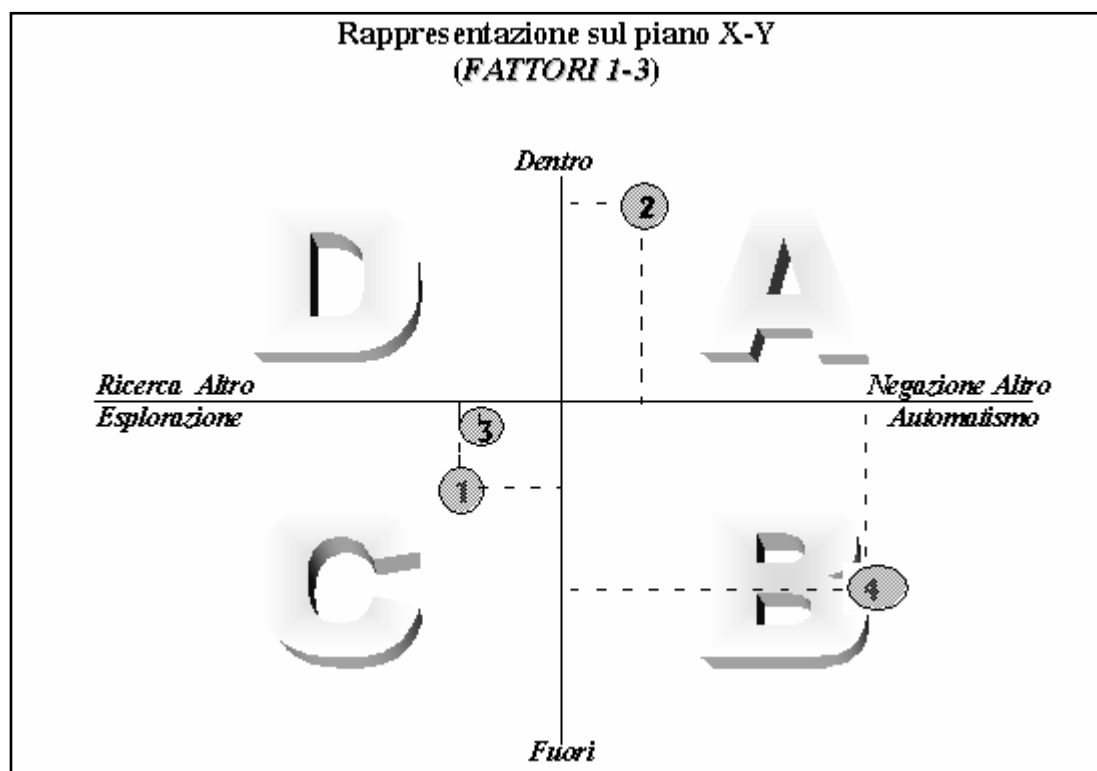


Fig.5

In questo senso, ciò che non è ritenuto consono alla propria ricerca è oggetto di scarto, di non esistenza; viene, insomma, ignorato e non attaccato, come invece capita nei modelli basati sull'appartenenza. Questa prospettiva comporta un parziale avvio di un processo di negoziazione, visto che l'adesione viene strettamente ancorata alla soddisfazione del proprio bisogno, trascurandone, quindi, una possibile riformulazione del bisogno in ragione del rapporto con l'altro

(Arielli & Scotto, 2003; Castelli, 1996; Rumiati & Pietrosi, 2001; Harvard business Essenzial, 2003).

Un'ultima precisazione relativa alle variabili utilizzate ai fini della ricerca. Nessuna di esse ha riportato valori significativi al test del *Chi2*; il che vuol dire che nessuna delle variabili prese in considerazione incide sulla generazione dei cluster sopra indicati.

6. L'impatto psico-sociale delle Nuove Tecnologie. Alcune considerazioni conclusive.

I dati della ricerca condotta a nostro avviso offrono diversi spunti di riflessione relativi alla verifica dell'impatto delle nuove tecnologie nei diversi ambienti. Il modello di fruizione dell'adesione, infatti, bene si presta la lettura di alcuni processi psico-sociali.

A tale proposito, un primo esempio è rintracciabile in un articolo apparso qualche tempo fa sul quotidiano "La Repubblica", in cui venivano spiegate le motivazioni per le quali le imprese perdono i giovani neoassunti. Nicola Bertin, consigliere Assores -l'associazione delle società di consulenza e selezione del personale- dichiarava: «[...] da parte degli imprenditori è un coro di lamentele: protestano perché giovani che entrano in azienda non si affezionano all'impresa e quando possono non ci pensano due volte ad andarsene»¹⁹. L'articolo continua denunciando da una parte le deficienze degli imprenditori nella gestione delle risorse umane, dall'altra i corsi di laurea in Psicologia del Lavoro e delle Organizzazioni, che non prevedono l'insegnamento delle leggi che governano il mercato del lavoro.

Al di là delle ragioni di Bertin, a nostro avviso, è possibile inquadrare il discorso in modo differente. L'interrogativo seguente può aiutarci alla comprensione di quanto stiamo per dire: perché sono cambiate le regole del mercato del lavoro? La risposta è nel dibattito che ha preceduto la legge Biagi, quando le imprese chiedevano al Governo flessibilità del lavoro in modo da garantirsi la competitività sul mercato globale. Ebbene, la nostra tesi è che i datori di lavoro vedono la flessibilità in modo autoreferenziale, inquadrandola come puro strumento di riduzione del costo del lavoro. Questo tipo di impostazione non tiene conto della processualità sociale istituita dall'adesione, che impone di riconoscere la dualità di cui la flessibilità è portatrice, ovvero impone di riconoscere gli interessi e gli obiettivi del lavoratore, che non vanno intesi in modo definitivo e permanente, ma in modo altamente variabile. In altre parole, le imprese si trovano in condizioni di dovere rinnovare/innovare le modalità di relazione con i propri lavoratori che diventano risorse scarse al pari dei clienti esterni.

Quando ciò non accade, la flessibilità diviene un boomerang che invece di garantire la competitività sviluppa un'improvvisa perdita di energia con conseguenti ritardi sul business. Nel paragrafo precedente abbiamo messo in evidenza come nell'adesione si tenda ad ignorare ciò che non è oggetto di interesse nello scambio, invece di attaccarlo come accade per l'appartenenza. Questa stessa caratteristica sembra affermarsi anche all'interno dei processi produttivi. Infatti, le conflittualità che prendono forma di scioperi e manifestazioni si riducono notevolmente rispetto al passato; al contrario, i lavoratori abbandonano il posto di lavoro alla ricerca di un altro impiego ritenuto più consono ai propri interessi e coerente con la loro dimensione realizzativa.

La fuga dei cervelli dai nostri atenei racconta, a nostro avviso, una realtà simile a quella appena descritta, quando l'interesse del ricercatore si arresta dentro un sistema che nega ogni possibilità realizzativa (Gelli, Mannarini & Ruggieri, 2004). Si pensi, per esempio, alla figura del dottore di ricerca e a come la sua regolamentazione vari da ateneo ad ateneo. In alcuni di essi, il dottorando di ricerca è sottoposto ad una serie di vincoli che rendono la sua attività incompatibile con altre forme lavorative; in altri i vincoli riguardano solo alcune attività e tetti di reddito da esse derivati; in altre ancora non vi è alcun vincolo. A questo punto una riflessione è obbligatoria: ma il dottorato non è una borsa di studio? Non è un titolo di specializzazione? Perché viene trattato al pari di un posto di lavoro a tempo indeterminato? Diversamente, si potrebbe porre un altro interrogativo: chi ha detto che lo studio e la specializzazione sono incompatibili con il lavoro?

Nella stessa direzione vanno i noti "contratti a progetto" che oggi regolamentano l'attività degli assegnisti di ricerca. Come dice la stessa locuzione, l'attività lavorativa è retribuita sul progetto.

¹⁹ L'articolo è tratto da www.opsonline.it/?m=show&id=1366.

Peccato che le università traducano il progetto in un rapporto di lavoro esclusivo. E' interessante notare come il popolo della "partiva iva" lavora da sempre a progetto; eppure nessuno gli ha mai detto che deve avere delle incompatibilità. Provate a dire ad un avvocato che deve seguire una sola causa, ad un medico che deve avere un solo paziente, ad una società che deve avere un solo cliente, ad un architetto che deve seguire un solo progetto.

Quando ciò accade, allora il modello di rapporto è istituito sull'appartenenza che richiede di per sé motivazioni affiliaive e l'esclusività dei rapporti (*in/out group*).

Qui gli esempi potrebbero essere infiniti e riguardare anche i settori della consulenza, cioè quelli di mercato del lavoro dotato di alta mobilità.

Tuttavia, per finalità di discorso, vorremmo mantenere l'attenzione sugli esempi trattati che riguardano il giovane e il mercato del lavoro. Infatti, il dottore di ricerca, l'assegnista e il neo-assunto altro non sono che giovani che intraprendono per la prima volta un'attività lavorativa. Che rapporto c'è, quindi, tra età e modello di scambio sociale? I dati della nostra ricerca riferiscono che la variabile età non è determinante alla strutturazione del modello di scambio. Se questo è vero, allora ecco che l'accesso alla società, per dirla alla Rifiking, non è in funzione dell'età.

Siamo, dunque, davanti ad un ribaltamento della logica che regolamentava i rapporti sociali. Se prima i bambini stavano con i bambini (asilo), i ragazzi con i ragazzi (scuola), gli adulti con gli adulti (lavoro) e i vecchi con i vecchi (centri per anziani), oggi con le NT tutto questo non è più così definito e tutti possono stare con tutti. Basti pensare ai bambini, al loro uso del telefonino e del computer, per comprendere come questi accedono alla società e sono in grado di agire in essa, interloquendo, scambiando informazioni ecc..

Ecco svelato il mistero della pedofilia in rete e del perché oggi questo fenomeno sia tornato nell'agenda dei media, della polizia, degli psicologi ecc.. A tale proposito è interessante notare come la logica sottesa a contrastare il fenomeno in oggetto rimane legata a modelli classici fondati sulla ripartizione della società in classi di età e su politiche protezionistiche che vedono negare il potere della scelta del minore. A nostro avviso, ai programmi O.L.D.Pe.PSY, che lavorano su l'individuazione del profilo criminologico clinico e digitale del pedofilo (Strano, 2003), andrebbero affiancati programmi pedagogici e psico-educativi nelle scuole che supportino la costruzione delle competenze del minore a riconoscere il pericolo in rete: il pedofilo come altro.

Il potere, quindi, diventa oggi una variabile che è frutto delle competenze nell'uso di determinati strumenti che permettono l'accesso alla società. Il potere non è più legato all'età. A tale proposito, molti dei lavori condotti da noi nelle scuole -per quelli che vengono chiamati i "casi difficili"- ci hanno permesso di cogliere le difficoltà degli insegnanti a trattare con questa nuova organizzazione sociale quando basano la propria attività didattica sul potere del ruolo e dell'età, piuttosto che sulla fruizione delle competenze quale strumento di convergenza degli interessi - come l'adesione richiederebbe-. Infatti, la fruizione delle competenze permetterebbe di costruire e verificare di volta in volta, in ragione dell'oggetto (storia, matematica, ecc.) l'utilità dello scambio tra insegnante e allievo, innescando modelli cooperativi che riconoscono il potere di entrambi gli attori: il potere della domanda dello studente, delle sue competenze al pari del potere della competenza dell'insegnate.

Ritornando al mercato del lavoro è evidente la difficoltà delle imprese ad impostare politiche gestionali delle risorse umane che tengano conto delle competenze dei neo-assunti sia per il livello retributivo sia per quello strettamente connesso alle declinazioni delle attività. Sembra riposto nel dimenticatoio il fatto che l'economia della conoscenza richiede *knowledge wok*ers, che forti del potere nell'uso delle proprie conoscenze scelgono di volta in volta di aderire a questa o quella attività lavorativa come ha già ampiamente dimostrato Butera (Butera, Donati & Cesaria, 1997).

Il discorso potrebbe proseguire richiamando altre categorie quali quelle del marketing, dei modelli organizzativi delle imprese, della politica, della democrazia della partecipazione, della coesione sociale ecc., cosa questa che rimandiamo ad altre pubblicazioni. Concludiamo invece il discorso, rimarcando l'insegnamento khuniano scritto nell'introduzione di questo lavoro: paradigmi di ricerca sbagliati portano i ricercatori a porsi domande errate. Con questo non vogliamo assolutamente apparire saccenti ed esaustivi; al contrario, vogliamo invitare il lettore a riconoscere che l'oggetto di ricerca (internet e NT) cambia con una velocità superiore alla nostra capacità di concetualizzarlo e teorizzarlo. La nostra proposta è di pensare ai modelli di fruizione quale obiettivo metodologico capace di guidare il lavoro di ricerca.

Bibliografia

- Arielli, E., & Scotto, G. (2003). *Conflitti e Mediazione*. Milano: Mondadori.
- Augé, M. (1992). *Non-lieux: Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris: Seuil (trad. it. *Nonluoghi. Introduzione ad una antropologia della surmodernità*, Eleuthera, Milano).
- Bagnasco, A. (1999). *Tracce di comunità*. Bologna: Il Mulino.
- Bagnasco, A. (2002). Il concetto di comunità utilità e trappole. In B., Gelli (Ed.). *Comunità, Rete Arcipelago* (pp.37-42). Roma: Carocci.
- Belardinelli Olivetti, M. (1986). *La costruzione della realtà*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Bonaiuto, M. (2002) (Ed.). *Conversazioni virtuali*. Milano: Guerini e Associati.
- Burman, E. (2002). *Internet Nuovo Levitano*. Milano: Etas.
- Butera, F., Donati, E., & Cesaria, R. (1997). *I lavoratori della conoscenza, quadri, middle manager e alte professionalità tra professione e organizzazione*. Milano: Franco Angeli.
- Cardaci, M. (2001). (Ed.). *Ciber-Psicologia*. Roma: Carrocci.
- Carli, R. (2000). *Le rappresentazioni sociali e la collusione*. Retrieved from: <http://www.sponline.it>.
- Carli, R. (1990). Il processo di collusione nelle rappresentazioni sociali. In *Rivista di Psicologia Clinica*, 3, 282-297.
- Carotenuto, A., (1998), "Realtà e verità", in J. Jacobelli (Ed.), *La realtà virtuale* (pp.40-45). Bari: Laterza.
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell (trad. it. *Galassia internet*, Fletrinelli, Milano, 2002).
- Castelli, S. (1996). *La mediazione*. Milano: Raffaello Cortina.
- Corbetta, P. (1999). *Metodologia e tecnica della ricerca sociale*. Bologna: Il Mulino.
- Di Maria, F. (2001). *Psicologia della convivenza*. Milano: Franco Angeli.
- Di Maria, F., & Cannizzaro, S. (2001) (Eds.). *Reti telematica e trame psicologiche – Nodi, attraversamenti e frontiere di Internet*. Milano: FrancoAngeli.
- Di Maria, F., Lavanco, G., Novara, C., & Cannizzaro, S. (2003). Artefice ed artificiale: psicologia del 'creatore dei mondi. In *Psicotech*, 2, 19-45.
- Dixit, A., & Nalebuff, B. (1991). *Thinking Strategically: The Competitive Edge in Business, Politics, and Every Day Life*; New York/ Norton & Company (trad. it. *Io vinco tu perdi*, Edizione Sole 24ore, Milano, 1993).
- Forgas, J.P. (1989), *Interpersonal Behaviour: The Psychology of Social Interaction*. Pergamon Press: Sydney (trad. it. *Comportamento interpersonale: la psicologia dell'interazione sociale*, Armando, Roma)
- Formentini, C. (2000). *Incantati dalle reti*. Milano: Raffaello Cortina.
- Fornari, F. (1979). *Fondamenti di una teoria psicoanalitica del linguaggio*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Foster R.N., Kaplan S., (2001); *Creative Destruction*. McKinsey & Company: Currency Publishing (trad. it. *La distruzione creatrice*, Etas, Milano).

- Galimberti, C., Gatti, F., Cantamesse, M., & Mauri, L. (2003). La fiducia nelle interazioni in rete: dall'artefatto all'interlocutore. In *Riassunti delle comunicazioni al V Congresso Nazionale AIP*, Sezione di Psicologia Sociale.
- Galimberti, C., & Riva, G. (1997). *La comunicazione virtuale*. Milano: Guerini e Associati.
- Gallarini, S. (1994). *La realtà virtuale*. Milano: Xenia.
- Gelli, B., Mannarini, T., & Ruggieri R. (2004). Le culture professionali dei docenti universitari. In B., Gelli & T., Mannarini (Eds.), *La comunità universitaria*. Milano: Edizioni Unicopli.
- Gelli, B. (2002) (Ed.). *Comunità, Rete Arcipelago*. Roma: Carocci.
- Ginzburg, C., (1986). *Miti, emblemi e spie: Radici di un paradigma indiziario*. Torino: Einaudi.
- Harvard Business Essential, (2003). *Negotiation*, Boston Massachusetts: Harvard Business School Press (trad. it. *La negoziazione*, Milano, Etas, 2005).
- Henckel, P. (1991). *The elements of friendly software design*. Alameda CA: Sibex.
- Jacobelli, J. (1998). *La realtà virtuale*. Bari: Laterza.
- Khun, T.S. (1962). *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago: The Univ. of Chicago Press (trad. it. *La struttura delle rivoluzioni scientifiche*, Einaudi, Torino, 1996).
- La Barbera, D., (2001). Infonauti alla deriva: il tech abuse di internet e dei mondi virtuali. In F. Di Maria & S. Cannizzaro (Eds.). *Reti telematica e trame psicologiche – Nodi, attraversamenti e frontiere di Internet* (pp.43-68). Milano: FrancoAngeli.
- Laurel, B., (1986). Interface as mimesis. In D.N., Norman & S.W., Draper (Eds.) *User center system design*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Laurel, B., (1990). *The art of human-computer interface design*. Reading, MA: Addison-wesly.
- Laurel, B. (1991). *Computer as theatre*. Reading, MA: Addison-wesly.
- Manetti, L. (2002). *Strategie di ricerca in psicologia sociale*. Roma: Carrocci.
- Mannarini, T., (2002). Comunità virtuali. Figure del legame sociale. In B. Gelli (Ed.). *Comunità, Rete Arcipelago* (pp.115-124). Roma: Carocci.
- Mantovani, G., (1998). Le mobili frontiere della realtà. In J. Jacobelli (Ed.). *La realtà virtuale* (pp.103-110). Bari: Laterza.
- Maracchia, S. (1998). La matematica tra realtà e virtuale. In J. Jacobelli (Ed.). *La realtà virtuale* (pp.111-117.). Bari: Laterza.
- Matte Blanco, I. (1975). *The unconscious as infinite sets. An essay in bi-logic*. London: Duckworth & Company Ltd.
- McClelland, D. (1985). *Human motivation*. Glenview: Foresmann and Company.
- Mettieri, F., & Manera, G. (2000). *Dalla email al chat multimediale*. Milano: Franco Angeli.
- Morse, J. (1989). *Qualitative Nursing Research: A Contemporary Dialogue*. Rockville: Aspen Publisher.
- Moscovici, S. (1988). Le rappresentazioni sociali. In V. Ugazio (Ed.), *La costruzione della conoscenza* (pp.81-95). Milano: Franco Angeli.
- Norman, D.N. (1988). *The design of everyday things*. New York: Doubleday.
- Palomba, M., & Martinino, G. (2000). *Chat to Chat*, Roma: Kappa.

- Parisi, D. (1998). La realtà elastica. In J. Jacobelli (Ed.). *La realtà virtuale* (pp.154-159). Bari: Laterza.
- Peirce, G. (1998). Una virtualità inedita. In J. Jacobelli (Ed.). *La realtà virtuale* (pp.160-164). Bari: Laterza.
- Perez, C. (1983). Structural change and the assimilation of new technologies in the economic and social system. *Futures*, 15, 375-393.
- Pravettoni, G. (2002). *Web Psychology*. Milano: Guerini e Associati.
- Rafaelli, B.R. (1988). Interactivity: from new media communication. In R.P., Hawkins, J.M., Wiemann & S., Pingree (Eds.), *Advancing communication science: Merging mass and interpersonal process*. Newbury Park CA: Sage.
- Rheingold, H. (1991). *Virtual Reality*. London: Mandarin (trad. it. *La realtà virtuale*. Baskerville, Bologna; 1993).
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Reading, MA: Addison-Wesley (trad. it. *Le comunità virtuali*, Sperling&Kupfer, Milano, 1993).
- Rifkin, J. (2000). *The Age of Access*. London: Penguin (trad. it. *L'era dell'accesso. La rivoluzione della new economy*, Mondadori, Milano, 2000).
- Roversi, A. (2001). *Chat line*. Bologna: Il Mulino.
- Rumiati, R., & Pietroni, D. (2001). *La negoziazione*. Milano: Raffaello Cortina.
- Scheinderman, B. (1992). *Designing the userinterface: Strategies for effective human computer interaction*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Stone, A.R. (1995). *The War of Desire and Technology at the Close of the Mechanical Age*. Cambridge Mass.: MIT Press (trad. it. *desiderio e tecnologia*. Feltrinelli, Milano, 1997).
- Strano, M. (2003). O.L.D.Pe.Psy (On line Detected Pedophilia Psychology): Un progetto di ricerca criminologica sulla pedofilia on line. *Psycotech*, 1 (1), 85.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behaviour. In S. Worchel & W. G., Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7-24). Chicago, IL: Nelson-Hall.
- Tapscott, D., & Caston, A. (1992). *Paradigm shift: The new promise of information technology*. NY: McGrawHill.
- Taylor, F.W. (1911). *The Principles of Scientific Management* (Reprint) New York: Teknisk (trad. it. *L'organizzazione scientifica del lavoro*, Etas, Milano).
- Turkle, S. (1984). *The second self/ Computer and human spirit*. NY: Simon Schuster.
- Turkle, S. (1995). *Life on the screen*. New York, NY: Touchstone. Weinschenk (trad. it. *La vita sullo schermo*, Apogeo, Milano, 1997).
- Wallace, P. (1999). *The Psychology of internet*. Cambridge: Cambridge University Press (trad. it. *La psicologia di internet*, Raffaello Cortina, Milano, 2000).