

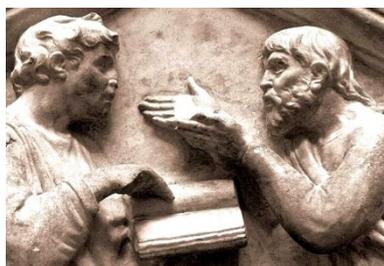
Elementi di Cyberpsicologia

Degoya

*I computer sono incredibilmente veloci, accurati e stupidi.
Gli uomini sono incredibilmente lenti, inaccurati e intelligenti.
L'insieme dei due costituisce una forza incalcolabile*
Albert Einstein

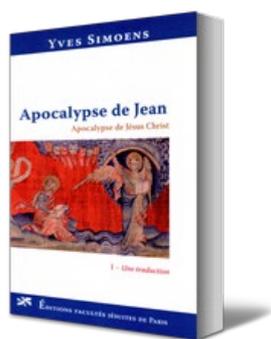
L'apocalisse digitale

Sin dalle origini della storia dell'uomo, ogni radicale cambiamento, innovazione o progresso tecnico sono stati accompagnati da sentimenti di allarme, di angoscia e di paura. Un aneddotico esempio ci viene dalla Grecia antica durante la transizione dalla cultura orale a



quella scritta, dopo l'invenzione della scrittura. Il grecista Eric Havelock (2009) ci ha riportato che, nonostante l'uso dell'alfabeto determinasse una profonda e positiva trasformazione nella mente umana, stimolando l'elaborazione di un modo nuovo di pensare, il ceto colto di allora osteggiò accanitamente la cultura scritta non comprendendone l'importanza. Paradossalmente Platone, benché creasse la sua filosofia mediante la nuova facoltà di pensiero basata sulla

possibilità di riflettere su parole fissate su un supporto concreto, mosse aspre critiche alla scrittura. Molti si sorprenderanno nello scoprire che le stesse obiezioni, oggi comunemente rivolte a internet e al digitale, vennero mosse alla scrittura da Platone nel Fedro (274-7) e nella Lettera VII. Platone fece dire a Socrate, nel Fedro, che la scrittura è disumana, poiché finge di ricreare al di fuori della mente ciò che in realtà può esistere solo al suo interno. Stesso argomento viene usato oggi per disapprovare alcuni aspetti virtuali del digitale. Inoltre, afferma il Socrate di Platone, “[...] *la scrittura distrugge la memoria: chi se ne serve cesserà di ricordare. [...] la scrittura indebolisce la mente [...]*”. Molti dotti contemporanei sostengono che l'individuo, a causa del digitale, ormai privo di riferimenti stabili, ha una personalità instabile e un'identità ambigua. Singolarmente, però, così come Platone per dare efficacia alle proprie obiezioni le presentò per iscritto, gli odierni intellettuali apocalittici diffondono in modo virale le loro idee nel web attraverso i propri blog.



Già prima della diffusione dell'Apocalisse di Giovanni, la convinzione di un destino catastrofico del mondo ha esercitato sugli uomini un fortissimo fascino ed è stata ciclicamente riproposta con l'appoggio di testi sacri, profezie e teorie pseudoscientifiche. Esasperata nei periodi di innovazioni e di crisi legati a rapide transizioni da un tipo di società ad un'altra, oggi, attraverso i media, questa credenza sembra essere aumentata di interesse. L'era del digitale appare l'epoca giusta per tematizzare l'idea di apocalisse e farla sviluppare all'interno della molteplicità dei linguaggi medialità: dove nella modernità

era forte un'idea di progresso e sviluppo, il nuovo orizzonte porta con sé un senso di fine, reso ancora più evidente dagli eventi utilizzati per fissarne la nascita. L'era del digitale, anche chiamata, postmodernità sembra nascere dalla modernità con un parto doloroso, ed è proprio il trauma scaturito dalla distruzione delle grandi narrazioni sorte dall'illuminismo in avanti (dal marxismo al liberismo, dal cristianesimo a tutte le visioni religiose) e dei simboli più popolari a potenziare il senso di fine e a declinarlo in un'ineluttabile apocalisse. Gli inquietanti personaggi del testo giovanneo indossano oggi i costumi della globalizzazione, del mercato e della società dei consumi, decisi a riportare dinnanzi all'uomo una rappresentazione di disastro universale più vera che mai. Fra i media, quello che per eccellenza funge da collettore per questi fantasmi è il cinema, come testimoniato dalla proliferazione del disaster movie negli ultimi quarant'anni. Più recentemente, la pandemia da Covid 19 ha fornito e, purtroppo, continua a fornire un solido sostegno a catastrofico questo punto di vista.

Reti virtuali e reti neuronali

Nel lungo periodo che va dall'invenzione della scrittura all'ultima trasformazione tecnologico-digitale si è registrato un ciclico dibattito ricorrente sugli effetti che i media hanno avuto e stanno avendo sull'intera esperienza umana del mondo. Internet ha prodotto un nuovo modello di organizzazione sociale, con ricadute pesanti nel campo dell'economia, della politica e della cultura, alle quali vanno agganciate delle variazioni squisitamente psicologiche. È una rivoluzione che va compresa per poter disporre dei mezzi adeguati ad affrontarla; è un processo senza ritorno perché ha mosso, muove e sempre più muoverà in futuro enormi interessi di tipo economico tesi ad un continuo rinnovamento degli aspetti tecnologici, connessi al nuovo paradigma che si può definire così: reti informatiche formate da unità pesanti sempre più piccole, sempre più potenti, sempre più user-friendly, sempre più multimediali, tra loro interconnesse mediante un protocollo di comunicazione cross-platform e mediante sistemi di comunicazione sempre più rapidi ed efficienti.



Fin dalle sue origini internet si è caratterizzata come una rete di persone che dietro ai terminali agiscono, interagiscono, creano legami e costruiscono nuove forme di socialità e di relazioni interpersonali. Una massa di persone che interagisce con la rete con uno spirito diverso rispetto alla generazione precedente più televisiva, spirito pervaso dal desiderio di immergersi nella vita virtuale o spesso in essa risucchiati per la potenza dello strumento, non sempre per la mancanza di una realtà sociale così solida da offrire delle certezze e delle prospettive future.

Il computer è diventato lo strumento mitologico della simulazione virtuale, grazie alla quale, non solo la presenza fisica di una persona singola può essere in rete estesa e diventare collettiva, ma che consente anche, a quelle persone alla ricerca di identità succedanee, di poter sostituire il loro essere reale con molteplici identità virtuali simulate (Turkle, 1997).

I dispositivi tecnologici e i nuovi media per la comunicazione hanno apportato profondi cambiamenti nelle dinamiche relazionali tra le persone, rivoluzionando linguaggi, abitudini e stili di vita. Attraverso gli strumenti tecnologici gli individui comunicano e, spesso, conoscono nuove persone, acquisiscono informazioni e vanno alla scoperta del mondo, addentrandosi, a volte, anche nella sfera più intima, quella affettiva e sessuale. Molti aspetti

della quotidianità sono quindi influenzati da questi scambi virtuali e la comprensione dei processi di costruzione delle modalità relazionali fra individui non può prescindere dall'analisi di questo intreccio tra vita online e vita offline.



Gli strumenti che hanno avuto il maggior impatto sulle relazioni umane sono stati, e continuano ad essere i social network. La comunicazione nei social network è “disincarnata”, nel senso che rimuove dall'interazione il corpo e i significati che questo porta con sé. Di conseguenza, il soggetto diventa per gli altri utenti quello che comunica. La natura ibrida dei social network presenta due facce, una positiva e una con possibili aspetti problematici; una permette di creare nuove opportunità e l'altra

è in grado di creare nuovi quesiti. Dietro al lato oscuro dei social network si possono nascondere una serie di comportamenti disfunzionali non sempre immediatamente visibili, come per esempio il cambiamento d'identità, la violazione e la manipolazione dell'informazione e i comportamenti aggressivi. Questo perché la possibilità di nascondere la propria vera identità può facilitare una riduzione del controllo sociale e, quindi, incrementare i comportamenti disinibiti.

I new media

Occorre sottolineare inoltre che le nuove generazioni di telefoni contengono agende, rubriche, foto, brani musicali preferiti, SMS classificati e organizzati per conversazione. Diverse funzioni affettive si sono trasferite sul telefono e a poco a poco questo dispositivo è diventato un vero e proprio milleusi che non ci abbandona mai (Lejealle, 2013). È come un nuovo coltellino svizzero, dichiara P. Marso (2013), promotore dal 2001 delle Giornate Mondiali senza Telefonino. Teniamo tutta la nostra vita nel telefono e, quando lo perdiamo, perdiamo anche una parte della nostra vita. Ecco la ragione dell'angoscia che si potrebbe provare. Il cellulare, quindi, non si limita più a mettere in contatto i suoi utenti tra loro, ma facilita nello svolgimento di alcune attività quotidiane: consente di salvare indirizzi preferiti, funge da strumento di geolocalizzazione che aiuta a trovare rapidamente un ristorante, gli orari del cinema, un parcheggio, una farmacia aperta nelle vicinanze e notizie del genere più o meno utili e/o indispensabili. Tuttavia, l'onnipresenza dello smartphone nella vita di ogni persona, presenta comunque dei limiti: con questo media, tutto diventa urgente ed esso aggiunge un'ulteriore pressione sociale, in particolare nell'ambito professionale, fino a trasformarsi in uno strumento di intrusione nella sfera privata. Si diventa raggiungibili in qualsiasi momento e, di conseguenza, bisogna essere sempre attivi e reattivi.

Grazie agli smartphone e ai tablet (e recentemente i phablet) si è sempre connessi, si possono dare risposte, reperire dati e risolvere problemi in tempo reale, ovunque ci si trovi. Ma esiste anche un'altra faccia della medaglia ed è il rischio di sviluppare una paura troppo intensa di rimanere senza il proprio smartphone, soffrire perché non si ha il proprio cellulare a portata di mano o paura di perderlo. Sempre più, infatti, si sente parlare di persone che considerano tale strumento come un prolungamento del proprio corpo che aumenta le facoltà umane e del quale non si può più fare a meno.

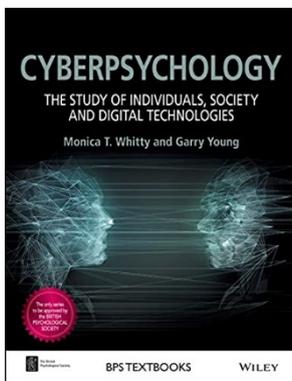
Tra queste funzioni sono ormai essenziali:

- la connessione al web;
- le funzionalità multimediali (scattare foto, produrre video, ascoltare musica);
- le funzionalità organizzative (mail, calendario, agenda, documenti);
- le funzioni di utilità (calcolatrice, bussola, navigatore satellitare, ricerche);
- le funzioni ludiche;
- le funzioni sociali (accedere ai social network, condividere contenuti e informazioni).

Lo smartphone ha sostituito molti dispositivi tradizionali come sveglie, telecamere, videocamere, diari, agende, lettori musicali e molto altro. Nonostante alcuni divieti e la conoscenza dei potenziali rischi (guidare mentre si è al cellulare; cellulare come strumento per violare la privacy, ecc.), le persone continuano a usare i telefoni cellulari nei momenti meno opportuni e, quindi, è necessario che ricercatori e psicologi analizzino i meccanismi comportamentali e psicologici che giocano un ruolo nel definire quando questo comportamento può diventare problematico.

L'impatto delle nuove tecnologie sulla salute mentale e il loro utilizzo disadattivo possono produrre disagio o disturbi psicologici. Per esempio Whang et al. (2003) hanno riscontrato una correlazione significativa tra uso disfunzionale di internet e stati psicologici negativi come la solitudine, la depressione e il comportamento compulsivo; Niemi et al. (2005) hanno scoperto un'associazione tra utilizzo patologico di internet e autostima.

Verso la Cyberpsicologia



Un ruolo fondamentale per lo studio dell'esperienza umana nel contesto dell'interazione uomo-macchina è ricoperto dalla **“Cyberpsicologia”**, il cui campo d'indagine include tutti i fenomeni psicologici che si associano alla tecnologia. Essa ha come obiettivi lo studio, la comprensione, la previsione e l'attivazione dei processi di cambiamento che hanno la loro origine nell'interazione con i nuovi media.

La comprensione dello sviluppo e degli effetti dei nuovi media rappresenta una sfida centrale per la società contemporanea. A questo proposito, ci si chiede quale sia il ruolo della psicologia dei nuovi media. Rispetto alle scienze della comunicazione, la psicologia dei nuovi media, definita anche **“Cyberpsicologia”**, ha il suo fuoco di analisi nei processi di cambiamento attivati dai nuovi media e ha come obiettivo centrale lo studio, la comprensione, la previsione e l'attivazione dei processi di cambiamento che hanno la loro principale origine nell'interazione con i nuovi media comunicativi. In generale, i media sono considerati da McLuhan come estensioni dei nostri organi di senso che influenzano in maniera decisiva la nostra esperienza sensoriale. L'uso di un determinato medium condiziona necessariamente sia la forma sia il contenuto del messaggio, e la natura del medium è anche un fattore di trasformazione della nostra mente e della società.

L'uomo digitale del terzo millennio

I “**Nativi digitali**” sono le giovani generazioni nate dopo il 1990 (Prensky 2001), ovvero i soggetti che parlano la lingua della rete come lingua-madre. Di contro, l'espressione “**Immigrato Digitale**” si applica ad una persona che è cresciuta prima delle tecnologie multimediali e le ha adottate in un secondo tempo. Ancora, una terza figura è quella dei “**Tardivi digitali**”, cresciuti senza tecnologia e che tutt'oggi mostrano diffidenza al riguardo; si tratta di coloro che hanno cominciato ad utilizzare internet solo da pochi anni, e soprattutto solo grazie alla nuova accessibilità e familiarità di alcuni suoi luoghi e prodotti.



I Nativi Digitali sono meno attenti, meno accurati e scrupolosi a livello mnemonico, ma capaci di performance percettivo-comunicative impensabili per chi li ha preceduti; essi utilizzano il cervello in modalità multitasking, essendo in grado di utilizzare più canali sensoriali e più modalità motorie contemporaneamente. Considerano le tecnologie come un

elemento naturale del loro ambiente di vita e non come una novità entusiasmante o da temere, per cui non hanno nessun imbarazzo nel manipolarle e nell'interagire con esse. Il mondo digitale è per loro un luogo di socialità che non comprime, ma estende i giochi all'aria aperta e le relazioni amicali e sociali. Il pc è da essi considerato, come una protesi cognitiva e ludica di uso comune e quasi naturale. Infatti, l'estensione digitale del proprio sé per comunicare, intrattenersi e svagarsi è ormai un comportamento culturale che viene praticato a partire dalla prima infanzia. In qualche modo, la loro identità si presenta come caratterizzata da una simbiosi mutualistica con la loro identità digitale e cioè con le scritte e le riscritte, attraverso le forme di rappresentazione digitali, del proprio sé, sempre più precoci.

I Nativi Digitali vedono e costruiscono il mondo in maniera diversa da chi li ha preceduti: per loro esiste il reale e altrettanto reale è la sua espansione virtuale. Ed è proprio lo slittamento di significato subito da questo termine a marciare in modo estremamente chiaro il confine tra Nativi Digitali e Immigrati Digitali, per loro il virtuale non è il falso o l'illusorio. Nel reale siamo immersi, fa parte di noi e a volte è dentro di noi. Il virtuale (dal latino virtualis che viene da virtus = forza, potenza) non è una categoria che si oppone al reale, come per troppo tempo si è creduto e, ancora, numerose persone ritengono. Il virtuale è un processo creativo, che trascende l'oggetto, inserendolo in un campo complesso e di relazione più vasto.

In particolare, per i Nativi Digitali l'identità reale e l'identità virtuale sono un continuum integrato fin dalla prima infanzia, ma questo non costituisce di per sé un elemento di alienazione o di dipendenza patologica. La rivoluzione digitale in atto ha aperto nuovi scenari interiori e nuovi modi di abitare il mondo che non vanno respinti o temuti, quanto compresi e attentamente valutati.



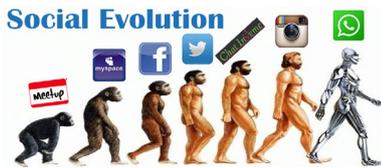
Nelle relazioni con l'Altro si aggiunge un nuovo aspetto da gestire, l'**Avatar**, il proprio alter ego digitale. Così il concetto di identità diventa più ambiguo e le relazioni sociali non avvengono più tra due identità solide che si confrontano, ma tra **due identità liquide**, due soggetti che interagiscono offrendo proiezioni di sé dai confini più tremuli e incerti. Del

corpo resta solo un'immagine costruita e sostituibile, la mia 'presentazione di me'; dell'io psichico permane solo un contenitore svuotabile, privo di un'identità certa.



Nella vita reale, il corpo, la forma esteriore della nostra psiche, è l'abito indossato dal mondo interiore, lo strumento attraverso cui esso si mostra e agisce. È possibile sperimentare tanti ruoli, cambiare identità con frequenza, ma solo fin quanto il corpo lo permetta. Il mondo virtuale invece, permette di abbattere questa barriera e sembrare chiunque si voglia, andando oltre i limiti imposti dal corpo. Il nostro corpo è sì un limite, ma a ben vedere sembra richiamare più l'idea di confine: ci separa dall'altro, ma consente anche di unirci in un abbraccio e un bacio che scegliamo di darci. Le persone, immettendo contenuti, condividono la propria intimità, l'umore del momento, scattando istantanee del proprio sentire. La virtualità non è più solo evasione, ma si configura come dimensione del reale che incide profondamente sulla struttura e sull'organizzazione della nostra mente.

I social network



I **social network** permettono, per la prima volta, la creazione di reti sociali ibride, contemporaneamente costituite da legami virtuali e da legami reali, dando vita a un nuovo spazio sociale: **l'interrealtà**, molto più malleabile e dinamica delle reti sociali precedenti. Alcuni autori sostengono, a questo proposito, la necessità di differenziare tra **identità virtuale** e **identità digitale**. In questo caso per **identità virtuale** si intende un'identità possibile, potenziale, immaginata ma che non ha manifestazione concreta, che non è reale. L'**identità digitale**, invece, si configura come prolungamento o riflesso di quello che siamo offline e di come gli altri ci percepiscono, il tutto veicolato dagli strumenti digitali. Il digitale non è più solo "una tra le tante" dimensioni del reale, ma "un modo di stare al mondo" e negarlo significherebbe minimizzare il salto compiuto nelle ultime decadi. La virtualità non è più solo evasione, ma si configura come dimensione del reale che incide profondamente sulla struttura e sull'organizzazione della nostra mente.

Secondo Zhao (2006), Facebook rappresenta un ambiente in cui le relazioni online si basano anche su quelle offline e si mischiano con nuovi rapporti, ma a partire da un contesto di non anonimato. Facebook è stato il primo social network di rilievo a sostituire **l'identità virtuale** (il nickname) con **l'identità digitale** (nome e cognome). Oggi, con i social network, la rete ha acquistato valenza speculare alla vita reale, ne è divenuta un'estensione. La banda larga ha permesso l'inclusione di contenuti multimediali, quali foto, video di noi stessi e la geo-localizzazione consente agli altri di sapere dove ci troviamo. Facebook rappresenta un ambiente di relazionalità ancorata, in cui le relazioni online si basano anche su quelle offline (dirette o indirette, amici degli amici) e si mischiano con nuovi rapporti ma a partire da un contesto di non anonimato. Questo stato di **nonymity** apre la strada a **hoped-for possible selves**, cioè a sé possibili auspicati. «*I sé di Facebook sembrano essere identità altamente desiderabili socialmente, che gli individui aspirano ad avere offline, ma che non sono ancora stati in grado di incarnare per un motivo o per un altro*» (Zhao et al. 2008).

Storie di quotidianità digitale

Rispondere a una mail, mandare un SMS, mettere le proprie foto sul profilo di Facebook, leggere il quotidiano sullo schermo del tablet, ascoltare l'ultimo successo dell'estate sul lettore digitale, sono tutti esempi che mostrano come l'interazione con i nuovi media sia diventata oggi una parte centrale della nostra esperienza quotidiana, sia individuale che sociale. I media come dei dispositivi di mediazione, da una parte facilitano il processo di comunicazione superando i vincoli imposti dal faccia-a-faccia, dall'altra, ponendosi "in mezzo" tra i soggetti interagenti, sostituiscono l'esperienza diretta dell'altro con una percezione indiretta (mediata).

È mio intento in questo articolo accennare agli effetti che il digitale e il virtuale hanno sull'esperienza quotidiana, con alcune riflessioni sugli attuali cambiamenti negli aspetti psicologici e psicopatologici: al mutare della "normalità", si trasforma anche la "patologia".



I nuovi media hanno creato un nuovo spazio sociale: il **cyberspazio**; con questo termine si vuole indicare una dimensione immateriale, uno spazio di comunicazione senza limiti che si sviluppa al di là dello schermo nelle interconnessioni tra i computer e le memorie informatiche. La capacità dell'interfaccia di supportare l'azione e la comunicazione fra gli utenti permette l'emergere di una nuova forma di comunità: la **comunità virtuale** che può sostituire o integrare quelle reali. Se da una parte le comunità virtuali possono sovrapporsi a quelle esistenti, dall'altra possono aumentare le opportunità dei suoi membri creando delle reti interattive tra soggetti che spesso non si conoscono, per il raggiungimento di un obiettivo comune di tipo economico o relazionale.

Il cibernauta rappresenta un'opportunità: attraverso le comunità virtuali, i soggetti possono trovare supporto, sperimentare nuovi ruoli e nuove identità e perfino creare relazioni interpersonali, tutto questo senza costi e rischi eccessivi. Nel modo in cui anche accade nella vita reale, il cybernauta deve accettare il rischio di comportamenti disfunzionali, come le relazioni con false identità virtuali, o la difficoltà nella ricerca della propria identità. La costruzione di un villaggio globale rappresenta un processo epocale che porta con sé la rappresentazione dell'intero pianeta come se fosse un solo grande villaggio, con ripercussioni non solo sul piano economico-sociale e politico-ideologico, ma anche sul piano psicologico della costruzione del sé e della gestione delle relazioni con gli altri.

Gli ambienti virtuali autorizzano la possibilità di pensarci frammentati, dispersi e insieme compositi, infatti, l'immagine di più finestre interattive aperte su un'interfaccia rende visibile la necessità di pensare il proprio sé come raccordo di varie possibilità, suggerendo una forma mobile di composizione di quelle diversità. Naturalmente anche la natura fluida dell'identità degli internauti non sfugge all'ambivalenza, le cui caratteristiche sono chiaramente esposte in modo separato dalle due prospettive del costruzionismo sociale e del determinismo tecnologico. Infatti, se da una parte questa fluidità segnala molteplicità ed apertura al possibile, dall'altra evoca inconsistenza e indecidibilità, con rischi di deriva nell'irresponsabilità.

I nuovi media possono essere considerati lo strumento ideale per narrarsi, per decidere quali aspetti di sé presentare agli altri. A questo proposito, l'accadimento di un frequente paradosso è legato all'instabilità: se è possibile usare efficacemente i nuovi media e i social

network per narrare e modificare la propria identità, è vero che anche l'intervento esterno può mutare altrettanto facilmente il modo in cui gli altri membri della rete percepiscono la nostra identità (identità fluida). Questo provoca una mancanza di sicurezza: nonostante tutti gli sforzi fatti per decidere come presentarsi, non si è mai sicuri che qualche 'amico', consapevolmente o inconsapevolmente, possa improvvisamente innescare cambiamenti in tale immagine.



Grazie al **personal branding** e alla possibilità di far emergere attraverso i nuovi media ciò che ci caratterizza, diventa possibile promuovere sé stessi e la propria reputazione all'interno della rete, ma anche modificare la propria identità. Tuttavia, la facilità con cui i social network permettono di creare e condividere contenuti, ha reso disponibile a chiunque frequenti la rete, una grande quantità di dati e informazioni personali: dai dati anagrafici, ai gusti, alle attività preferite, ai posti visitati. Ne consegue che, seguendo le tracce lasciate dalle diverse identità virtuali e/o digitali, è più facile per gli altri ricostruire la nostra identità reale.

Secondo Joinson (2001) la rete consente di sviluppare autentiche relazioni in quanto si rivelano molte più informazioni su di sé online che nei rapporti faccia a faccia. Secondo l'autore è la condizione di anonimato visivo che favorisce un maggiore disvelamento del sé e permette la comunicazione e la condivisione di informazioni personali. Le nuove rappresentazioni di relazioni a distanza fanno presa sulla società proprio perché trovano spazio nella necessità di dedicare sempre meno tempo alle relazioni faccia a faccia per vari motivi: mancanza di tempo, necessità di cercare lavoro lontano dalla città natia, percezione di minore impegno e coinvolgimento nelle relazioni mediate, ecc.

Il mondo virtuale può presentarsi come un vero e proprio supporto relazionale, laddove la solitudine del mondo moderno imperversa; attraverso queste realtà parallele possono essere sperimentati nuovi ruoli e nuove identità prima di fare il passo successivo nella vita reale. Non solo la sintonia relazionale nasce lo stesso, ma, anzi, il fatto di amarsi di là della presenza fisica, può rendere questo sentimento ancor più autentico e profondo.

Nell'interazione faccia-a-faccia, l'espressione del volto, il movimento delle mani, così come ogni gesto riflette il soggetto e lo rende "visibile" all'altro intuitivamente. Per esempio, io capisco immediatamente che il mio amico vuole un caffè più dolce semplicemente vedendo la sua mano che si muove verso la zuccheriera. Con l'introduzione di un medium, la fisicità e l'immediatezza del corpo reale viene sostituita da un corpo virtuale, composto da una pluralità di immagini e narrazioni parziali e contestualizzate.

I soggetti riceventi, in mancanza dell'oggettività del corpo, possono costruire l'identità dell'altro solo in maniera indiretta, interpretando i messaggi e le immagini che questo condivide. La comunicazione nei social network è "disincarnata", nel senso che rimuove dall'interazione il corpo e i significati che questo porta con sé. Di conseguenza, il soggetto diventa per gli altri utenti quello che comunica. *"Essere digitali significa essere ciò che le nostre dita fanno trapelare di noi attraverso lo schermo. Abbiamo depositato il corpo, momentaneamente, dietro la tastiera. Ci siamo estesi al di là di noi tramite il cursore"* (Pravettoni, 2002).

Attraverso l'azione, l'artefatto viene percettualmente incorporato dal soggetto allargando i confini del proprio Sé. Questo non vale solo per gli artefatti primari, come un bastone o una penna. Infatti, l'utilizzo efficace degli artefatti primari modifica i confini corporei, mentre l'utilizzo efficace di quelli secondari e terziari altera il sistema informativo del soggetto (visione del mondo) e quindi i confini della situazione, con ripercussioni inevitabili sull'identità ed inestricabili rispetto all'evoluzione tecnologica.

La presenza sociale, anche virtuale, consente al soggetto di identificare l'altro e di attribuirgli uno status ontologico come simile a sé diverso dagli altri oggetti percepiti, e cresce grazie alle interfacce evolute dei new media, permettendo una maggiore evoluzione del Sé attraverso l'identificazione di esperienze condivise e l'incorporazione di questi nuovi artefatti ad esse associati.

Il Digitale e l'identità personale



Nell'era della digitalizzazione, l'identità assume sempre più un volto nuovo dovuto all'incontro e all'incrocio tra identità del mondo naturale e identità digitale. Il cyberspazio si profila in modo crescente come uno spazio più che reale nel quale e attraverso il quale l'identità si struttura e ristrutturata. Ciò è tanto vero per l'età adolescenziale quanto lo è per l'età adulta, anche se con sfumature e finalità differenti. La **Digital Identity Assessment** (Valutazione dell'Identità in ambiente Digitale), una branca della psicologia che studia l'identità digitale e la confronta con la reale identità dell'utente, ci narra le nuove tendenze degli internauti; è volta ad

indagare e a delineare la reale identità dell'utente a partire dai soli indizi digitali. Essa compie delle inferenze relativamente attendibili sulla personalità dell'internauta analizzando le seguenti categorie dimensionali:

- **Dimensione estetica: l'avatar e il nickname rappresentano ciò attraverso cui l'utente si presenta e sono in grado di fornire importanti informazioni personali quali il genere sessuale o l'età.** Uno degli autori che si è occupato di indagare e classificare gli avatar bidimensionali rispetto alle caratteristiche psicologiche del proprietario è lo psicologo americano Suler (2007). Secondo costui, specifiche categorie di avatar corrispondono ad altrettante peculiari caratteristiche psicologiche e culturali del giocatore. Egli distingue tra:
 - **Avatar di seduzione:** vengono scelti per il loro forte impatto sugli altri membri, curiosi di sapere chi si celi dietro a un avatar sexy.
 - **Avatar di potenza:** i soggetti hanno spesso una fantasia conscia o inconscia di onnipotenza, celando in realtà vulnerabilità e fragilità.
 - **Avatar idiosincrasici:** questo tipo di avatar è fortemente associato all'individuo, particolarmente originale e creativo, come se fosse un proprio marchio di fabbrica.
 - **Avatar di facce reali:** la maggior parte degli utenti non utilizza una propria foto come primo avatar, preferendo un anonimato che esprima un aspetto limitato della propria personalità e che lasci spazio all'immaginazione, anche solo per divertirsi, sperimentando nuove identità. Quando invece si decide di utilizzare una propria foto, si sceglie di essere onesti e intimi, dando un segno di amicizia e perfino di romanticismo.

- **Avatar demoniaci:** vengono spesso associati alla malizia, a fantasie di aggressività e sensi di colpa, volti ad esprimere il lato oscuro della personalità in modo sublime.
- **Avatar di celebrità:** i soggetti che scelgono avatar di personaggi famosi possono manifestare il desiderio di essere associati ai requisiti delle celebrità (sensualità, intelligenza, potere) o intendono semplicemente diffondere una corrente popolare.
- **Avatar di cartoni animati:** dietro la scelta di questo avatar si cela una regressione infantile. Con l'aumentare dell'età la scelta del cartone diviene più sofisticato e l'avatar diventa così più seducente e misterioso.
- **Avatar di animali:** ha uno specifico significato psicologico per la persona e rappresenta aspetti reali della propria identità o caratteristiche ammirate dal soggetto.
- **Avatar scioccanti:** in questo caso il soggetto sceglie immagini bizzarre che fanno dubitare della sua salute mentale.
- **Avatar astratti:** ad utilizzarli sono persone particolarmente concettuali o tendenti a visualizzazioni artistiche di tipo simmetrico.

Gli avatar a tre dimensioni, come quelli utilizzati da Second Life, possono manifestare anche un'eventuale patologia del navigatore. Per cui, un internauta nevrotico o psicotico darà vita ad un avatar disturbato. Queste influenze dell'avatar sul comportamento dell'utente sono state chiamate "**effetto Proteus**".

Uno studio di Bechar-Israeli (1995), ha evidenziato nella vasta gamma di nickname possibili, una serie di categorie ricorrenti: classi di nickname a cui probabilisticamente corrispondono specifici profili anagrafo-psicologici:

- Nickname metal, violento, demoniaco, epico, eroico: spesso viene utilizzato da adolescenti di sesso maschile.
 - Nickname a contenuto sentimentale, poetico, floreale: è scelto in prevalenza da adolescenti di sesso femminile.
 - Nickname estetico, cioè composto da particolari fonti: viene utilizzato spesso da adolescenti di sesso femminile e denota creatività.
 - Nickname a contenuto sessuale: è utilizzato in prevalenza da adolescenti o adulti di sesso maschile.
- **Dimensione relazionale: la modalità e il contenuto della comunicazione forniscono importanti informazioni relative alla psicologia e/o la psicopatologia dell'utente.**

La comunicazione in chat è meno spontanea e al tempo stesso più oggettiva e stabile rispetto alla forma verbale. Dalla sua analisi emergono tratti di personalità come per qualsiasi altra forma di comunicazione. L'anonimato degli interlocutori permette una maggiore libertà di espressione, facilitando l'intimità e la confidenza tra le persone. Tra i comportamenti disfunzionali che spesso riscontriamo nelle chat, vi è il **flaming**, uno stile comunicativo fatto di espressioni molto forti e di insulti utilizzato spesso da utenti particolarmente aggressivi o provocatori. Per difendersi dal flaming, numerose comunità

hanno creato un insieme di regole, definite **netiquette**, che regolano le modalità di relazione tra i membri. Il **boombing** invece, è una forma di attacco informatico che



consiste nell'invio contemporaneo di grandi quantitativi di mail alla casella dello stesso utente, provocandone l'intasamento e bloccandogli la possibilità di comunicare con l'esterno. È spesso rinvenibile nelle mailing list o nei newsgroup. Anche questo comportamento evidenzia un'indole psicologica tutt'altro che benevola. Il fenomeno del **lurking**, che si riferisce ad uno stile d'interazione passivo in cui si seguono discussioni senza mai

parteciparvi, può avere molteplici spiegazioni, ma anche riflettere un certo grado d'insicurezza e passività personale. Una pratica abbastanza comune, soprattutto tra gli uomini, è il **gender swapping** che consiste nell'assumere in rete l'identità del genere sessuale opposto al proprio. Ciò può essere dovuto al fatto che un personaggio femminile riceve più attenzioni di quello maschile.

Inoltre, dall'analisi dell'interazione online, come la velocità d'interazione della comunicazione, è possibile ottenere ulteriori informazioni. Una conversazione in cui i tempi di risposta del chatter sono particolarmente lunghi suggerisce una maggiore riflessività, noia, razionalità e insicurezza o più semplicemente che l'utente è impegnato in altro o non abbastanza esperto del mezzo di comunicazione che sta impiegando. Al contrario, un'interazione più dinamica e interattiva denota tratti psicologici quali impulsività, sicurezza e interesse per l'interlocutore.

Le persone che si collegano maggiormente alle chat sono soprattutto donne. A differenza degli uomini che si rivolgono alle chat per vivere esperienze di cybersex, le donne ne fanno un uso più articolato. Le navigatrici utilizzano la rete per fare amicizia, per condividere le proprie esperienze, ma anche per vivere nuove esperienze sentimentali più appaganti rispetto a quelle che hanno nella vita reale (Francas, 2008).

Le donne tendono a comunicare più frequentemente tematiche di tipo personale, emozioni e stati d'animo. Gli uomini invece di solito discutono di lavoro, denaro, sport; fanno un largo uso di articoli e preposizioni, per aumentare l'idea di concretezza ed esprimono maggiormente giudizi (Herring, 1993). Nelle chat sessuali, solitamente i maschi utilizzano un approccio più concreto ed esplicito di quello femminile.

Whitty e Gavin (2001) hanno intervistato sessanta utenti della rete tra i 19 e i 51 anni sulle loro relazioni online. Secondo i partecipanti allo studio, affinché la relazione progredisse, bisognava passare attraverso una serie di livelli progressivi di fiducia: rivelare il proprio indirizzo e-mail, il proprio numero di telefono e infine il proprio indirizzo abitativo.

La creazione di Sé multipli e i comportamenti disadattivi in rete



Un'importante opportunità che viene offerta all'utente dei social network, ovvero la creazione di Sé possibili, è una occasione che se utilizzata correttamente, può attivare un processo di **self empowerment**, definibile come quel processo di ampliamento delle possibilità che il soggetto può praticare e rendere operative e tra le quali può quindi scegliere.

Sulla rete, però, si sono anche trasferiti tutti quei comportamenti disadattivi e delinquenti che precedentemente venivano effettuati offline, portando a categorie digitali differenti dal passato solo nella forma ma non nel contenuto. Eventuali atteggiamenti disadattivi riguardano:

- Il **cambiamento di identità**: è vero che la maggior parte degli utenti può essere identificata per nome e cognome, ma nessuno ci può dare delle garanzie reali sull'identità dei soggetti interagenti, proprio per questo è frequente trovare soggetti che assumono identità fittizie caratterizzate da un genere sessuale differente (**gender swapping**) rispetto a quello reale o impersonano personaggi famosi (**fake**).
- I **comportamenti aggressivi**: i più comuni sono il **trolling**, l'uso provocatorio o irritante dei social network, con l'obiettivo di suscitare l'indignazione e attirare l'attenzione su di sé o sui temi presentati e lo **stalking**, che consiste nel perseguire un soggetto, spesso per motivi futili, attraverso i social network.
- La **violazione e la manipolazione dell'informazione**: facciamo riferimento **all'hacking**, ovvero il tentativo di penetrare nei profili altrui; la **creazione di virus**,



cioè applicazioni che cercano di inserirsi in altre applicazioni per modificarne i dati presenti e poi la creazione di **spyware**, applicazioni che raccolgono informazioni riguardanti le attività di un utente senza il suo consenso. Per **phishing** si intende, invece, l'accesso a dati riservati utilizzando comunicazioni fasulle di tipo istituzionale, ed infine abbiamo il **lurking**, che consiste nel visitare i profili altrui senza che l'utente

ne sia consapevole risultando spesso sconosciuto all'interno della comunità.

- **L'abuso e la distribuzione dell'informazione**: consideriamo, in questo caso, l'invio di messaggi non desiderati spesso di tipo commerciale, ossia lo **spamming**.
- Il **Grooming**: può essere considerato una tecnica psicologica utilizzata per l'adescamento di minori in rete. Questo fenomeno è conosciuto come "**grooming**" (dal verbo "**to groom**", curare) perché l'adulto potenziale abusante "cura" la potenziale vittima, inducendo gradualmente il bambino o il ragazzo a superare le resistenze attraverso tecniche di manipolazione psicologica.

Internet può, purtroppo, favorire anche l'utilizzo criminoso del mezzo telematico al fine di commettere reati, sia da parte della criminalità organizzata, sia da parte dell'utente comune che rimane vittima delle illusioni di onnipotenza e anonimato tipicamente riscontrate.

Le forme di **cyberviolenza** possono essere distinte in base all'età delle parti coinvolte:

- forme di cyberviolenza maggiormente perpetrate tra coetanei (**cyberbullismo**, **cyberminacce**, **happy slapping** e **cyberbashing**);
- forme di cyberviolenza nelle quali è presente un'elevata differenza d'età tra le parti coinvolte (**grooming**, **candy girls** e **cyberharassment**);
- una categoria residua nella quale non è dato conoscere l'età delle persone coinvolte (**trolling**, **phubbing**).

In generale, il **bullismo** è stato definito come una sottocategoria del comportamento aggressivo, con caratteristiche specifiche; con questo termine si definiscono quei comportamenti offensivi e/o aggressivi che un singolo individuo o più persone in gruppo mettono in atto, ripetutamente nel corso del tempo, ai danni di una o più persone con lo scopo di esercitare un potere o un dominio sulla vittima (Olweus, 1996).

Il "**cyberbullismo**" (chiamato anche "bullismo elettronico", "bullismo online", "bullismo digitale", **cyberbullying** nella letteratura anglofona) prevede l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, come l'e-mail, il telefono cellulare, il cercapersone, gli sms, l'instant messaging, i siti web personali, da parte di singoli individui o di un gruppo, per veicolare comportamenti intenzionali, diffamatori e intimidatori e ripetuti nel tempo, ai danni di uno o più soggetti. I giuristi inglesi, però, distinguono tra **cyberbullying** (cyberbullismo), che avviene tra minorenni e/o coetanei, e **cyberharassment** (cybermolestia), che avviene tra adulti o tra un adulto e un minore.

Alcune categorie di **cyberbullismo** studiate sono:

- Il **Flaming**: un flame (termine inglese che significa "fiamma") è un messaggio elettronico deliberatamente ostile, violento e provocatorio inviato tra due o più protagonisti, allo scopo di suscitare conflitti verbali all'interno della rete, in particolar modo in forum di discussione, chat room o giochi. Una lunga serie di questi tipi di messaggi è chiamata "**flame war**". I vari utenti, pertanto, discutono e si insultano a vicenda, con gli astanti che di tanto in tanto cercano di domare le fiamme e si differenziano per il grado in cui essi sostengono, incoraggiano o non consentono il flaming. In alcuni contesti, i nuovi utenti che commettono errori innocenti sono considerati bersaglio di flaming; a volte, le persone si impegnano in quello che viene chiamato "**baiting**", ovvero inviare messaggi con l'intento di creare un nuovo argomento in rete.



- Gli **Xangas** sono profili personali on-line dove gli adolescenti creano liste di persone che detestano.

- **Harassment** (molestie): caratteristica di questa tipologia di cyberbullismo sono le molestie, ossia l'invio di messaggi offensivi e sgradevoli, persistenti e ripetuti, diretti verso una persona specifica, che possono causare disagio emotivo e psichico. Come nel bullismo tradizionale, si viene a creare una relazione sbilanciata, nella quale la vittima subisce passivamente le molestie, o al massimo



tenta, generalmente senza successo, di convincere il persecutore a porre fine alle

aggressioni. I messaggi molesti sono generalmente inviati attraverso i canali di comunicazione personali, tra cui la posta elettronica, l'istant messaging e i messaggi di testo; però, possono anche manifestarsi in contesti di comunicazione pubblici. Ciò che caratterizza le molestie è il carattere della ripetizione, infatti, hanno una durata più lunga di un "flame war". Il danno inflitto dalle molestie è principalmente unilaterale: è il cyberbullo che invia messaggi offensivi verso un bersaglio. L'unilateralità è un altro fattore che distingue le molestie dal flaming.

- **Denigration** (denigrazione): per denigration si intende l'insultare o diffamare qualcuno online attraverso dicerie, pettegolezzi e menzogne, solitamente di tipo offensivo e crudele, volte a danneggiare la reputazione di una persona e i suoi rapporti. Una specifica sottocategoria di denigrazione è la pubblica affissione o l'invio di immagini digitali che sono state alterate digitalmente per presentare delle figure false, come ad esempio ponendo il volto di una persona su un'immagine di un corpo sessualmente provocante presa altrove. La denigrazione è la forma di cyberbullismo più utilizzata dagli studenti nei confronti



degli insegnanti. Per esempio, uno studente arrabbiato con un particolare insegnante o amministratore della scuola, può creare un sito web ridicolizzando questi ultimi.

- **Impersonation** (furto d'identità): caratteristica di questo fenomeno è che il persecutore si crea un'identità fittizia con il nome di un'altra persona nota, usando una sua foto, creando un nuovo profilo parallelo, fingendo di essere quella persona per poi parlare male di qualcuno, offendere, farsi raccontare cose. Può anche accadere che il soggetto intruso, se in possesso del nome utente e della password della vittima, invii dei messaggi, a nome di questa, ad un'altra persona, che non saprà che i messaggi che gli sono arrivati, non sono, in realtà, stati



inviati dal proprio conoscente, ma da una terza persona che si è impossessata dell'identità. In certi casi il cyberbullo modifica la password della vittima, impedendogli così l'accesso alla propria mail o account. Questa forma di aggressione può creare dei problemi, per esempio, danneggiare la reputazione del vero proprietario dell'account, o addirittura metterlo in pericolo. Non di rado questi casi vedono coinvolti per lo più ex partner rancorosi.

- **Outing and Trickery**: la peculiarità di questo fenomeno risiede nell'intento di ingannare la vittima (trickery); il bullo tramite questa strategia entra prima in contatto con la vittima, scambiando con essa informazioni intime e/o private, e una volta ottenuta la fiducia della vittima, inoltra online i suoi segreti, informazioni scomode e imbarazzanti o immagini personali (**outing**).



L'outing di un'immagine sessualmente suggestiva o esplicita può avvenire nel contesto di un rapporto d'amore fallito. Quando uno dei due cerca di svincolarsi da quel rapporto, l'altra parte può rispondere attraverso la distribuzione di comunicazioni private o immagini acquisite. Le minacce di outing si verificano soprattutto nel contesto del cyberstalking,

per esempio: “Se tu non vuoi fare sesso con me, diffonderò quella foto che inviasti a me”.

- **Exclusion** (esclusione): l'Exclusion consiste nell'escludere intenzionalmente un altro utente dal proprio gruppo di amici, dalla chat o da un gioco interattivo. L'esclusione dal gruppo di amici è percepita come una grave offesa, che è in grado di ridurre la popolarità tra il gruppo dei pari e quindi anche un eventuale “potere” ricoperto all'interno della cerchia di amici.



- **Cyberstalking** (o cyber-persecuzione): il termine cyberstalking viene utilizzato per definire quei comportamenti che, attraverso l'uso delle nuove tecnologie, sono atti a perseguire le vittime con messaggi intimidatori contenenti minacce e offese, ed hanno lo scopo di infastidirle e molestarle distruggendo le loro amicizie e la loro reputazione, sino a commettere atti di aggressione molto più violenti, anche di tipo fisico. Si tratta di un insieme di condotte persistenti e persecutorie messe in atto con la rete o i cellulari. Il

cyberstalker attraverso la rete può facilmente trovare informazioni relative al suo oggetto di interesse; basta un click del mouse o la battuta in una tastiera (si pensi ai social network come Facebook o Twitter) per trovarsi di fronte ad un potenziale di notizie e mezzi di controllo. Il molestatore virtuale invade la segretezza fisica e simbolica dello spazio dell'Altro, attraverso:

- una prossimità indesiderata attraverso il virtuale;
- una comunicazione indesiderata con i mezzi del Web;
- minacce (esplicite o implicite; verbali o scritte).

Il cyberstalker è mosso da motivazioni che lo conducono ad attualizzare comportamenti disfunzionali attraverso la messa in atto di:

- molestie sessuali;
- ossessione per amore;
- la vendetta e l'odio.

Questi sono comportamenti che rinviano a precise e strutturate personalità individuali con alla base, a volte, vere e proprie psicopatologie.

Psicologia dei Media e Cyberpsicologia

L'approccio tradizionalmente seguito dagli **psicologi dei media** allo studio delle varie implicazioni dovute all'introduzione di questi nuovi artefatti nella nostra vita quotidiana, è di natura reattiva, cioè mira a fornire risposte alle preoccupazioni socialmente diffuse circa gli effetti dei media sulle persone in relazione; ad esempio, al nesso tra violenza esibita e aggressività attivata, alle ripercussioni dei media sulle pratiche della sessualità, alle manomissioni dell'immaginario attribuibili alla pubblicità, alle alterazioni del consenso indotte dalla propaganda politica dei media, alla dissipazione dei valori e alla costruzione di false credenze, alla manipolazione, alla persuasione, alla stereotipizzazione dei ruoli.

l'amore, richiedono la capacità di entrare in intimità con l'altro, di perdere il controllo di sé. Il sesso-amore online può rappresentare allora una difesa di tipo fobico dal timore di perdersi nell'altro. In internet, grazie all'anonimato e alla possibilità di disconnettersi appena lo si desidera, il soggetto sente di avere sempre, o quasi, il pieno controllo della relazione.

Il narcisismo digitale



Ogni epoca, con le proprie connotazioni culturali e socioeconomiche, tende a far emergere determinati stili di personalità o caratteristiche psicologiche, a discapito di altri. Lo stile patologico narcisista, sia in termini di disturbo vero e proprio, sia di semplice tratto prevalente della personalità, sembra aderire perfettamente a molte caratteristiche dell'attuale società tecnoliquida, caratterizzata da instabilità

nelle relazioni, da identità personali camaleontiche, da rapporto strumentale con la società e con gli altri e, conseguentemente, viene utilizzato come forma di autoaffermazione.

Se da un lato, gli aspetti di un narcisismo sano permettono un'integrazione e un adattamento migliore, uno sviluppo creativo del sé come personalità (Goldberg, 1980), una maggiore facilità nel ricoprire ruoli occupazionali che richiedono carisma, presenza sociale, autorità, competitività (Stone, 2000), dall'altro sono talmente rinforzati e sostenuti dall'immagine che la società attuale richiede, che rischiano di condizionare le altre caratteristiche della personalità dell'individuo, soprattutto quelle più a contatto con i valori profondi, con le emozioni più intime e la capacità di esprimerle, sia nel proprio contesto di appartenenza che nella relazione con l'altro. L'Altro rischia di non esistere in maniera autentica; ma di esistere come proiezione di tutto ciò che può rispondere ad un ritorno di ammirazione, e allora è bello e ricercato, protetto e stimato, mentre se risponde ad una proiezione di parti del sé scomode, negative, frustranti, viene eliminato senza esitazione (Faimberg H., 2006).

Secondo diversi autori, il web 2.0 può incoraggiare lo sviluppo degli aspetti deteriori della cultura narcisistica e l'esibizione di identità artefatte e seducenti. L'uomo non è più concentrato sul costruirsi e sul capire chi sia, o cosa voglia veramente, ma utilizza le proprie energie per tentare di essere e per convincere gli altri a credere che sia davvero, chi finge di essere. Spazio e tempo nella rete vengono completamente annullati, per cui ognuno ha la possibilità di negare la propria storia personale e scegliersi di volta in volta nuove biografie in base alle mode. Nasce, così, una nuova forma di narcisismo, legata alle nuove tecnologie, che viene definita **Narcisismo Digitale**.



Il Narcisismo Digitale si caratterizza per un culto smisurato dell'apparenza e riguarda la pratica di esibirsi con foto, messaggi, video, frasi, pubblicate o condivise sui social network o in rete, al fine di soddisfare un proprio bisogno di riconoscimento e superiorità. Complici le applicazioni web 2.0 che permettono di creare contenuti autoprodotti con estrema

facilità. Per un certo filone di studiosi si tratta di prodotti nonsense autoreferenziali, autocitazioni che vanno a gratificare l'io. Cresce così una sorta di presenzialismo digitale, dove apparire è più importante che essere, dove il numero di contatti o di amici diventa la misura del grado di appeal e del valore personale. In base allo studio condotto dal Pew Internet e American Life Project, almeno un navigatore americano su due ricerca il proprio

nome sui motori di ricerca per valutare la propria rilevanza su internet. Tale dato risulta preoccupante se consideriamo che il narcisismo digitale può portare all'emergere di patologie quali la depressione per assenza di popolarità sul web o l'esaltazione, dovuta alla presenza e alla fama sui motori di ricerca.

I tratti caratterizzanti un individuo con caratteristiche di personalità narcisistica sono:

- essere sempre al centro della Web attenzione;
- essere impegnati e concentrati a soddisfare i propri bisogni;
- non tollerare rinvii od ostacoli (real-just time);
- essere seducenti, convincenti e manipolatori;
- essere competitivi, esibizionisti e megalomani;
- essere arroganti, egocentrici, intimidatori e aggressivi;
- essere talora sprezzanti, invadenti, insensibili;
- sentirsi superiori agli altri pretendendo privilegi e riconoscimenti;
- non accettare critiche, né consigli, né di dipendere da altri;
- essere affascinati da chi è sotto i riflettori, ma anche molto invidiosi;
- proiettare lembi del proprio sé sugli altri per soddisfare i propri bisogni;
- sentirsi ostacolati stimola una reazione con scoppi di rabbia o più raramente con distimia e sintomi depressivi.

Alcuni autori sostengono che la presenza, costante nel tempo per alcuni mesi, di 5 o 6 tra questi elementi mostrerebbe una possibile patologia narcisistica espressa proprio nel mondo Web, ossia la cosiddetta **Sindrome Narcisistica Digitale** (SND). Va però osservato riguardo a questo fenomeno che i ventenni odierni sono di fatto una generazione di Nativi Digitali: cresciuti con Facebook sin dall'infanzia, si sono appropriati di questo social network come pratica comune routinizzata; secondo uno studio condotto dall'Università del Michigan per essi: «*Facebook è uno specchio e Twitter è un megafono*» (Panek, Nardis, Konrath, 2013). Invece, per la generazione precedente che non è cresciuta con questi strumenti, postare continuamente il proprio status o le proprie foto su Facebook potrebbe non rientrare nelle norme sociali e relazionali ma essere il risultato di spinte narcisistiche. Il mettersi in mostra, talvolta in modo spettacolare, è diventata una maniera di esistere ormai accreditata: narcisisti o meno, esistiamo se possiamo essere visti.

Metamorfosi dei disturbi psicopatologici nell'era web 2.0: Phubbing, F.O.M.O., Nomofobia

Con la comparsa del web 2.0 e la nascita dei social network, la quasi completa "distruzione" dell'anonimato su Internet ha indebolito lo scarto tra identità online e offline, ma non ha affatto annullato l'intima esigenza dell'individuo di curare il proprio profilo: si potrebbe affermare che la presenza di nomi e foto reali l'abbia, invero, accentuata. I social network rappresentano uno straordinario strumento di auto-gratifica individuale. È possibile condividere in rete la parte migliore di sé (o quella che si ritiene più desiderabile per sé e/o per gli utenti), omettendo la parte meno desiderabile del proprio essere e del proprio vissuto. Il paradigma del web 2.0 è diventato pubblicare la propria vita online: gli adolescenti si sentono "obbligati" ad avere qualcosa da dire, qualcosa da mostrare, desiderosi di continue

conferme, fino ad affermare che: *“ciò che non viene condiviso non è mai accaduto”*. E se da un lato ciò contribuisce ad alimentare l’ego dei narcisisti digitali, allo stesso tempo ci si ritrova costantemente a confrontarsi con la vita degli altri, con ciò che fanno, i posti che visitano; cresce così la paura di non vivere al meglio quanto gli altri, di non divertirsi abbastanza, di perdersi qualcosa. Da qui, la smania di essere sempre connessi per non perdersi gli aggiornamenti di amici e parenti, “snobbando” la realtà circostante e i sintomi simili all’astinenza quando ci si trova in situazioni in cui non è possibile connettersi.

Come ho sottolineato nei paragrafi precedenti, il narcisismo sembra aderire perfettamente a molte caratteristiche dell’attuale società tecnoliquida, caratterizzata da nuove modalità relazionali, sempre più sulla linea di demarcazione tra ciò che può considerarsi stato di benessere e ciò che può essere una metamorfosi di una forma di patologia psichica. Ed ecco che nascono nuove classificazioni di comportamenti/disturbi dell’era web 2.0: il **Pubbing**, la **F.O.M.O.** e la **Nomofobia**.



La società tecno-liquida post-moderna è una società polimorfa, priva di certezze assolute, dove le situazioni in cui agiscono gli uomini si modificano prima ancora che i modi di agire possano consolidarsi in abitudini e procedure. **ITSO**, ovvero **Inability To Swich Off**, così viene definita la sindrome del Terzo Millennio: sempre lì a digitare, a twittare, a condividere, senza differenziare tra giorno e notte, tra casa e ufficio, incapaci di

staccare la spina. Stiamo assistendo ad un cambiamento radicale, ad un passaggio evolutivo dell’umanità dettato dalla necessità di sviluppare competenze funzionali alle nuove tecnologie e alla liquidità del vivere.

Lo stile patologico narcisista, sia in termini di disturbo vero e proprio, sia di semplice tratto prevalente della personalità, sembra aderire perfettamente a molte caratteristiche dell’attuale società digitale, caratterizzata da difficoltà nelle relazioni, identità personali instabili, rapporto strumentale con la società e con gli altri. Ciò che conta è essere al passo con le mode e se qualcosa non va come si desidera, basta un click e tutto si spegne.

Nasce così una nuova forma di narcisismo, targata 2.0, che abbiamo definito Narcisismo Digitale; stile di personalità che si esprime attraverso una serie di azioni digitali ormai molto diffuse (egosurfing, selfie, hashtag) che, superato un certo limite, smettono di essere semplice “moda” e divengono patogene con ricadute disfunzionali sulla vita di relazione della persona.



L’essere sempre connessi e costantemente attenti a curare la propria immagine online, se da un lato contribuisce ad alimentare l’Ego dei Narcisisti Digitali, allo stesso tempo genera forme di competizione tra gli attori della rete: ci si ritrova costantemente a confrontarsi con la vita degli altri, con ciò che fanno, i posti che visitano; si insinua il dubbio e la paura di non vivere al meglio quanto gli altri, di non divertirsi abbastanza, di

perdersi qualcosa; cresce la **F.O.M.O.** (**"Fear Of Missing Out"**), la paura di essere tagliati fuori, il pensiero costante che gli altri stiano facendo qualcosa di più interessante di quello che stiamo facendo noi. E che ci stiamo perdendo qualcosa. Una paura che porta a controllare in modo compulsivo il proprio smartphone o qualsiasi altro dispositivo, per vedere

cosa accade ad amici, conoscenti e sconosciuti, ignorando allo stesso tempo chi ci sta di fronte (**Phubbing**). Un bisogno talmente intenso che se non soddisfatto, può sfociare in una vera e propria “crisi di astinenza” (**Nomophobia**).

Nell'entrare in contatto con le abitudini e le nuove mode di questa epoca, non è difficile imbattersi in vari stili di vita molto legati all'utilizzo di nuovi apparecchi tecnologici come il **Nerd**, il **Geek**, il **Keeg**, i cui interessi sono ben lontani dai social network e maggiormente legati a videogiochi, fumetti e anime di origine giapponese. Nella stessa epoca durante la quale cresce la paura di essere tagliati fuori dalle varie forme di divertimento, c'è una parte della popolazione, in parte, adolescenziale che taglia fuori sé stessa dal mondo naturale per iscriversi solo ed esclusivamente al cyberspazio (**N.E.E.T.**, **Hikikomori** o **autoreclusi**). I new media permettono ai soggetti interagenti di superare i limiti della comunicazione faccia a faccia, soprattutto quelli di carattere spazio-temporale. Ciò sostituisce l'esperienza diretta dell'altro con una percezione mediata che mette in discussione la corporeità e la soggettività degli interlocutori modificando la struttura stessa della relazione.

Phubbing: snobbare l'altro utilizzando lo smartphone



Si tratta di un neologismo sincratico composto dalle parole “**phone+snubbing**” (snobbare) e descrive l'atteggiamento di chi, in compagnia di qualcuno, lo ignora a favore del proprio smartphone o tablet, anche se in base al contesto ed alle convenzioni sociali sarebbero previste interazioni e/o attenzioni

tra i presenti.

Nel maggio 2012, l'agenzia pubblicitaria dietro la campagna McCann Melbourne (Dumb ways to die), ha invitato un certo numero di lessicografi, autori e poeti a coniare un neologismo per descrivere tale comportamento. Il termine è apparso nei media di tutto il mondo, ed è stato reso popolare dalla campagna di **stop Phubbing** creata da McCann. Il sito della campagna di arresto Phubbing, e relativa pagina di Facebook, faceva parte di un elaborato sforzo pubblicitario volto a promuovere il dizionario Macquarie Australiano.

Il sito è stato originariamente accreditato ad uno studente di college australiano di nome Alex Haigh, successivamente assunto presso McCann. Un breve video/spot pubblicitario del dizionario, intitolato: “*È nata una parola*”, descrive l'intero processo di nascita del neologismo (A Word is Born: Phubbing - Macquarie Dictionary, <https://www.youtube.com/watch?v=hLNhKUniaEw>).



Nel 2013, Andrew Przybylski e Netta Weinstein hanno condotto un esperimento su 74 sconosciuti a cui è stato chiesto di conversare a coppie su qualcosa di interessante successo a loro di recente. Il risultato mette in luce che è più difficile chiacchierare con gli altri se sul tavolino accanto a loro c'è un telefono, in quanto fonte di distrazione. E questo è solo l'effetto del telefono di un terzo, poggiato su un tavolo. Nel momento in cui il telefono è tra le mani delle persone e per di più consente

di accedere alla rete, è facilmente intuibile quanto l'interazione possa ulteriormente risentirne.

Nascono nel 2013 numerosi siti (<https://www.stopphubbing.com/>) per una campagna anti Phubbing; essi espongono gli aspetti negativi del Phubbing attraverso semplici esempi e caricature satiriche. Tra i vari contenuti troviamo la **hall of shame del Phubbing** (<https://phubbinghallofshame.wordpress.com/>), ovvero una bacheca della vergogna con le foto di persone intente a ritrarsi con il proprio cellulare nelle pose più disparate, oppure a immortalare i propri ignari amici, anch'essi immersi nell'attività di Phubbing. Le stime relative ai luoghi dove il Phubbing è radicato maggiormente ci dicono che al primo posto troviamo gli Stati Uniti con New York e Los Angeles, al secondo posto l'Europa con Londra e Parigi e infine il continente asiatico con Hong Kong.

È interessante constatare come il cellulare, nato per mettere in contatto, anziché essere uno strumento sociale sia diventato una sorta di barriera virtuale e psicologica. Ecco cosa può fare il Phubbing: avvicinare a mondi lontani e irreali come l'universo online, ma allontanare da quelli vicini e reali fatti di persone in carne ed ossa.

FOMO: la paura di non vivere "al meglio"



Secondo lo studio del centro americano Kleiner Perkins Caufield & Byers's (2013) un utente medio guarda lo smartphone circa 150 volte al giorno, una volta ogni 6 minuti. In aumento anche il numero di coloro che controllano la posta elettronica e i propri profili social molto presto al mattino, presumibilmente appena svegli. I social media possono rendere le persone consapevoli di cose di cui altrimenti non sarebbero mai state al corrente e incoraggiare la socializzazione, rinforzando i legami con gli altri; essi possono innescare un senso di partecipazione, motivare comportamenti socialmente attivi nel mondo reale, e fornirci una lista informale di cose da fare e luoghi da visitare. Viceversa, possono diventare una "maledizione", favorendo ansia e senso di inadeguatezza. L'essere sempre connessi può indurre le persone a sentirsi in continua competizione con gli altri attori della rete, per di più in una società narcisistica come la nostra.

L'era del web 2.0 ha aperto nuovi scenari interiori e nuovi modi di abitare il mondo producendo effetti significativi sulla propria identità, le proprie relazioni, le proprie esperienze ed emozioni; ma non solo: ha reso possibile il manifestarsi di alcune condotte disfunzionali, nuove nella loro forma digitale. Giova ricordare che tali condotte non nascono con la rete, piuttosto l'avvento dei social network sembra farle emergere ad un livello più ampio. Le caratteristiche dei social media, se da un lato favoriscono le spinte esibizionistiche dei Narcisisti digitali, d'altro canto inducono ad una continua competizione con gli altri utenti della rete, alimentando la Fear of Missing Out. Nel 2011, C. Fake, co-fondatrice di Flickr, il servizio di photo-sharing, ha sostenuto che: *«il Social software è sia il creatore sia la cura della FOMO. Si tratta di un processo circolare»*.

Mentre il Narcisismo digitale vanta numerose ricerche, la F.O.M.O è un fenomeno ancora poco esplorato e in Italia non esistono studi in merito. Tale fenomeno è ancora poco conosciuto anche se ne viene avvertito il disagio che, paradossalmente, viene espresso utilizzando i social network ma nello stesso tempo è anche da essi alimentato. **FOMO (Fear Of Missing Out)** è la paura di non vivere al meglio, il dubbio di aver mancato un'occasione unica; è la paura di essere tagliati fuori, il pensiero costante che gli altri stiano facendo qualcosa di più interessante di quello che stiamo facendo noi, e che ci stiamo perdendo qualcosa di estremamente importante. Riguarda il timore di mancare degli strumenti, delle competenze, del linguaggio adatto e sufficientemente aggiornato, per essere accettati e appartenere al gruppo di riferimento. Una paura che porta a controllare in modo compulsivo il cellulare o qualsiasi altro dispositivo, per vedere cosa accade ad amici, conoscenti e sconosciuti. Un bisogno questo che se non viene soddisfatto, può causare una sorta di vera e propria crisi di astinenza.

Alcune ricerche hanno studiato la FOMO in relazione ai social media (JWT, 2011, 2012). La **JWT**, una delle agenzie di marketing più importanti al mondo, ha dedicato nel maggio del 2011 una ricerca alla FOMO, in cui la definisce come *«il disagio e, talvolta, ogni sentimento che consuma chi si sta perdendo ciò che i propri coetanei stanno facendo, conoscono, o possiedono in più rispetto a sé»*. Secondo questa definizione di FOMO, quasi tre quarti dei giovani adulti hanno riferito di aver vissuto il fenomeno. Questa ricerca ha anche indicato che i giovani provano un disagio intenso quando sentono di rinunciare ad un'esperienza positiva, e che i maschi sono più predisposti rispetto alle donne a rivolgersi ai social media, quando affetti da un senso di FOMO. I risultati di questo primo esame suggeriscono che la FOMO potrebbe essere abbastanza comune nella popolazione e lasciano aperti ampi quesiti sull'operatività, le correlazioni e la rilevanza complessiva del fenomeno.

Andrew Przybylski (2013) è stato il primo (in collaborazione a ricercatori dell'Università della California, di Rochester e di Essex) a condurre una ricerca empirica sulla FOMO. Lo studio ha fornito informazioni su come valutarla in modo affidabile e su come si correli con fattori legati al benessere, al comportamento, e a condizioni demografiche e motivazionali. Dai risultati complessivi è emerso che:

- la FOMO è la forza che guida l'uso dei social media;
- i livelli di FOMO sono più alti nelle persone giovani e, in particolare, negli individui di sesso maschile;
- i livelli di FOMO sono influenzati dalle circostanze sociali. Bassi livelli di considerazione della propria vita coincidono con alti livelli di FOMO;
- la FOMO è legata ad un rapporto ambivalente con i social media;
- la FOMO è più alta in chi è utilizza spesso il cellulare durante la guida;
- la FOMO è più alta negli studenti che usano i social media anche in classe.

L'avvento dei social network sembra far emergere a un livello più ampio gli atteggiamenti disfunzionali alla base della FOMO; in quanto essi accelerano la circolazione di eventi, situazioni, occasioni d'incontro, seminari, happening in modo continuo, e soprattutto in tempo reale. È così, possibile, sapere chi tra gli amici della nostra cerchia parteciperà ad un

party, chi intraprenderà un viaggio, chi incontrerà e parteciperà all'evento con il tale personaggio noto e influente. Nasce così il dubbio di aver mancato un'occasione unica, di aver perso quell'evento dove, sembra, siano emersi contenuti e opportunità irripetibili.

M. Beck (2013) paragona appunto la FOMO alla sensazione di Cenerentola la sera del ballo. Secondo D. Ariely (2010), nello scorrere le foto e gli aggiornamenti di stato degli altri utenti, la preoccupazione che serpeggia negli angoli della nostra mente è figlia della paura del rimpianto; paura di aver preso la decisione sbagliata su come spendere il nostro tempo. La FOMO è quella sensazione di agitazione, pentimento e invidia che, precisa S. Turkle (2012), «*crea un turbinio emozionale e un risentimento verso noi stessi o gli altri, insoddisfazione, ansia e sentimento di incapacità*», quando ci rendiamo conto di non essere dove vorremmo.

Non è una patologia riconosciuta a livello clinico, ma la sua presenza può peggiorare un quadro clinico preesistente di ansia e depressione. La FOMO compare quando non riusciamo ad apprezzare le esperienze offline che stiamo vivendo, perché il nostro pensiero si focalizza ossessivamente su quello che non stiamo facendo; la FOMO non è solo uno stato d'animo, è anche una reazione fisica: sudorazione, prurito, agitazione (Bosker, 2012).

Ma non tutti soffrono di FOMO allo stesso livello. Secondo Herbert A. Simon (2012), alcuni individui hanno una maggiore predisposizione a sviluppare questa condizione: essi cercano costantemente la migliore soluzione ad ogni problema e non sono mai completamente soddisfatti di quello che trovano. Non si accontentano dell'abbastanza bene, spiega lo psicologo A. Kozak (2009), e questo porta questa classe di persone a grandi successi professionali ma anche a essere estremamente vulnerabili alla FOMO. Non importa cosa essi stiano facendo: quello che stanno perdendo è sempre meglio. Altre persone, invece, accettano la prima opzione attraente che si presenta loro e vanno avanti; passano poco tempo a lamentarsi e soffrono in modo minore di FOMO.

È frequente trovare sui vari social network prove dell'esistenza di questo stato di malessere, testimonianze di questa nuova forma di disagio, come ad esempio post di utenti accompagnati dall'ormai famoso hashtag #maiunagioia. Costoro considerano da "sfigati" trascorrere un weekend a casa mentre tutti gli altri amici della propria cerchia escono e si divertono.

Nomofobia: la paura di restare senza smartphone



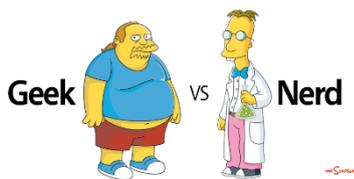
Il termine **Nomofobia** è un neologismo che nasce dall'unione delle contrazioni di "no-mobile-phone" e "phobia" e si riferisce alla paura di rimanere senza telefono cellulare, di ritrovarsi improvvisamente isolati in una zona senza connessione di rete o di avere lo smartphone scarico senza una presa elettrica nei paraggi. Il termine è comparso in Gran Bretagna nel 2008, in occasione di un sondaggio sul rapporto degli utenti con il proprio cellulare, realizzato dalla Posta britannica su un campione di oltre 2.000 persone. Stando all'indagine, il 53% dei britannici intervistati dichiarava di essere ansioso quando non aveva con sé il proprio telefono. Qualche anno

dopo, un altro studio condotto in Francia ha rivelato che il 22% dei francesi dichiara che non potrebbe vivere più di un giorno senza il cellulare (Xavier, 2013).

I Nomofobi provano una paura sproporzionata di rimanere fuori dal contatto di rete mobile, al punto da sperimentare effetti fisici collaterali simili all'attacco di panico: mancanza di respiro, vertigini, tremori, sudorazione, battito cardiaco accelerato, dolore toracico e nausea. Per questo motivo, cercano di evitare gli stati ansiosi mettendo in atto una serie di comportamenti: mantenendo il loro credito sempre attivo, portando un caricabatteria in ogni momento, dando a familiari e amici un numero alternativo di contatto.

La Nomofobia è una patologia ancora scarsamente indagata e ancora troppo poco definita. In quanto fobia dovrebbe essere ascrivibile ai disturbi d'ansia, ossia a quelle patologie caratterizzate dalla presenza di un eccesso di ansia che interferisce con il normale svolgimento della vita quotidiana di un individuo. Però uno studio condotto da King, Valença, Nardi (2010), ricercatori del Panic and Respiration Laboratory dell'Università Federale di Rio de Janeiro, sembra indicare che la Nomofobia sia da considerare una dipendenza patologica piuttosto che un disturbo d'ansia. I ricercatori brasiliani avrebbero infatti sperimentato che un approccio terapeutico volto a ridurre l'ansia non sia efficace nel trattamento del disturbo. Per cui sembra di poter ricondurre tale comportamento disfunzionale nell'ambito delle dipendenze patologiche piuttosto che in quello delle fobie. Secondo una ricerca californiana di Securenvoy (2012), il Nomofobo ha sempre lo smartphone a disposizione nel giro di pochi metri di distanza: dal bagno al letto, prima e dopo le ore di sonno. Come per la FOMO, i principali indiziati di Nomofobia sono i giovani: il 77% dei Nomofobi ha tra i 18 e i 24 anni e un 68% subito dopo, nell'età tra i 25 e i 34.

Nerd, Gamer, NEET, Hikikomori: quando non è netto il confine tra lo stile di vita e l'emergenza sociale



Nerd è un termine della lingua inglese (dall'origine controversa) con il quale viene definito chi ha una certa predisposizione per la tecnologia ed è al contempo tendenzialmente solitario, con una più o meno ridotta propensione alla socializzazione. A seconda di questa maggiore o minore propensione alla socializzazione ed alla maggiore o minore dimestichezza con hardware e software dei nuovi apparecchi tecnologici, si distinguono dai nerd anche i **“geek”** e i **“keeg”**. Il termine nerd indica più specificamente un maniaco della tecnologia un po' anni '80: poco inserito socialmente, amante della programmazione e affascinato dai gadget tecnologici. Il termine è nato con significato dispregiativo ma, in seguito, è stato utilizzato in alcuni ambiti per definire una sorta di orgoglio e di identità di gruppo.

A partire dagli anni Novanta del XX secolo, il concetto di nerd ha cominciato ad avere delle connotazioni positive nell'ambito della società della rete e dei tecnici dei computer, per descrivere orgogliosamente una persona tecnicamente preparata. Per estensione si iniziò a parlare di nerd anche in relazione a chi aveva avuto un successo finanziario in quei campi. Bill Gates stesso è stato spesso definito un nerd; ma anche Linus Torvalds, famoso per aver dato origine al kernel Linux, nella sua autobiografia scrisse di essere stato un nerd. Il

popolare sito di notizie relative all'informatica Slashdot si definisce "News for nerds. Stuff that matters" (Notizie per nerd. Roba importante).



Un episodio della serie dei cartoni animati Freakazoid intitolato Nerdator ha un intreccio narrativo che coinvolge l'uso da parte dei nerd del potere della mente di un nemico con le sembianze di un Predator, che tiene un memorabile monologo sull'importanza dei nerd: «[...] quello che a loro manca in forza fisica lo compensano con il potere della mente. Chi ha scritto i libri più venduti? I nerd. Chi ha diretto i film hollywoodiani di maggior incasso? I nerd. Chi ha creato alta tecnologia avanzata

che possono capire solo i creatori stessi? ... I nerd. E chi sono le persone che concorrono per la Presidenza degli Stati Uniti? Nessun altro che i nerd».

Anche la sitcom "The Big Bang Theory", ripetutamente vincitrice di oscar, racconta del modo di vivere tipico dei nerd, e dei risvolti comici ad esso legato. La serie televisiva Chuck ha come protagonista un nerd, e molti altri personaggi della serie si definiscono "nerd" o "geek" e comunque mostrano tutte le peculiarità di solito associate a queste etichette. Anche Malcolm il protagonista della serie "Malcolm in the middle" può essere definito un nerd, dal momento che possiede un ottimo quoziente intellettivo e viene spesso preso in giro dai coetanei.

Si vanno moltiplicando, negli ultimi anni, cartoni animati (**manga/anime**) di origine giapponese che narrano di adolescenti auto reclusi (o **Hikikomori**) come "Welcome to the NHK", ma anche **anime** che narrano di adolescenti intrappolati nel cyberspazio come "Sword Art Online" e viaggi nel passato come "Steins; Gate".



Sword Art Online tocca un tema altrettanto classico della fantascienza cyberpunk: quello delle realtà virtuali e della loro interazione con il mondo reale. Nell'anno 2022, il protagonista Kazuto "Kirito" Kirigaya partecipa al lancio di un gioco on-line sperimentale, denominato appunto "Sword Art". Il casco che proietta i giocatori nell'ambiente virtuale non offre però alcuna possibilità di disconnettersi dal gioco: unica via d'uscita è la vittoria, mentre il game over equivale alla morte

fisica del giocatore.



Infine, *Steins; Gate* (anime, manga e precedentemente videogioco) narra di come, in un gruppo di ricercatori fisici Nerd, l'eccentrico scienziato Rintarō Okabe inventi una sorta di macchina del tempo modificando un forno a microonde che diviene capace di inviare messaggi nel passato. Una potente organizzazione internazionale, il SERN (che appare voler

richiamare il CERN), svolge da tempo esperimenti nello stesso campo e si mette segretamente sulle tracce di Rintarō e del suo gruppo di ricerca.

Ci siamo chiesti, a questo punto, che differenza ci fosse tra un **Nerd** ed un **Gamer**. Oggi, un nerd è principalmente colui che passa il suo tempo utilizzando il Pc o altri apparecchi elettronici, per svariate motivazioni, da quelle video ludiche e di intrattenimento, allo studio, al lavoro, alla ricerca (libera o per progetti). Un Gamer è invece un videogiocatore "professionista", bravo o esperto nella maggior parte dei videogiochi, prediligendo alcuni generi per preferenze personali, ma tendenzialmente capace di dare informazioni e/o giocare alla maggior parte dei videogiochi (soprattutto quelli in voga e in recente uscita sul mercato). Il Gamer non è necessariamente anche Nerd.



Si distingue dal **Gamer** l'**Hardcore Gamer**, che di solito è considerato il Gamer professionista: è esperto in tutti i generi di videogiochi, ma predilige i giochi "duri", appunto gli hardcore games, li gioca alle massime difficoltà e raggiunge livelli di performance vicini al picco massimo possibile, raggiunto solo da pochi; completa giochi mai completati, o completati solo da pochissimi eletti, e successivamente può essere il primo a pubblicare in rete le recensioni dei giochi che ha completato e/o le soluzioni per completarli.

Il Gamer si "streamma", streammare se stessi durante un gioco, vuol dire giocare a livelli complessi da un computer, avviare e usare i giochi da remoto diventando broadcaster di se stessi, rivolgendosi ad una platea interessata ad uno specifico gioco, alle sue potenzialità, ai massimi livelli, alla sua giocabilità, alle critiche connesse alla sua progettazione. Spesso le maggiori case di produzione di videogiochi selezionano, da YouTube o altri canali, i video streaming dei Gamer più talentuosi e chiedono loro (talvolta dietro compenso) di streammarsi mentre giocano per la prima volta ad un gioco appena completato dalla casa produttrice, ma non ancora messo in vendita sul mercato (a scopo pubblicitario).

Fuori dal confine italiano, il Gamer è invitato a partecipare a sfide nazionali ed internazionali di videogiochi, sostenute e finanziate da sponsor, per cui video giocare diviene anche una fonte di reddito, grazie alle competizioni e ai premi in denaro ottenuti dalle vittorie. Questa nuova forma di sostentamento è poco diffusa in Italia o talvolta si fa strada con remunerazioni molto esigue.



Da una mancata o ridotta socializzazione, il passaggio dallo stile di vita Nerd ed un certo "ritiro" nel cyberspazio è breve, ma anche molto sottile. In Giappone è in atto una vera e propria emergenza sociale: gli **Hikikomori** (引きこもり) letteralmente "stare in disparte, isolarsi" (dalle parole hiku "spingere" e komoru "fuggire") è un termine giapponese usato per riferirsi a

coloro che hanno scelto di ritirarsi dalla vita sociale, spesso cercando livelli estremi di isolamento e confinamento. Tali scelte sono causate da fattori personali e sociali di varia natura. Tra questi la particolarità del contesto familiare in Giappone, caratterizzato dalla mancanza di una figura paterna e da un'eccessiva protettività materna, e la grande pressione della società giapponese verso autorealizzazione e successo personale, cui

l'individuo viene sottoposto fin dall'adolescenza. Il termine hikikomori si riferisce sia al fenomeno sociale in generale, sia a coloro che appartengono a questo gruppo sociale. Il fenomeno, già presente in Giappone dalla seconda metà degli anni Ottanta, ha cominciato a diffondersi negli anni duemila anche negli Stati Uniti e in Europa.

Il fenomeno dello Hikikomori può essere considerato come una volontaria esclusione sociale, una ribellione della gioventù giapponese alla cultura tradizionale e all'intero apparato sociale da parte di adolescenti che vivono reclusi nella loro casa o nella loro stanza senza alcun contatto con l'esterno, né con i familiari, né con gli amici. Il governo del Giappone utilizza il termine Hikikomori per coloro che si rifiutano di lasciare le proprie abitazioni e lì si isolano per un periodo superiore ai sei mesi.

Il termine fu coniato dallo psichiatra Tamaki Saitō, quando cominciò a rendersi conto della similarità sintomatologica di un numero sempre crescente di adolescenti che mostravano letargia, incomunicabilità e isolamento totale. Lo stile di vita degli Hikikomori è caratterizzato da un ritmo circadiano sonno-veglia completamente invertito, con le ore notturne spesso dedicate a componenti tipiche della cultura popolare giapponese, come la passione per il mondo manga e, soprattutto, la sostituzione dei rapporti sociali diretti con quelli mediati via Internet. Quest'ultimo aspetto si configura spesso come una contraddizione in termini: la persona rifiuta i rapporti personali fisici, mentre con la mediazione della rete può addirittura passare la maggior parte del suo tempo intrattenendo relazioni sociali di vario tipo (dalle chat fino ai videogiochi online).



La figura dello hikikomori è spesso utilizzata negli anime e nei manga (doppiati anche in italiano) e per certi versi può essere vista come uno stereotipo dei cartoni animati giapponesi. L'opera più nota dello scrittore Tatsuhiko Takimoto, definitosi lui stesso uno hikikomori, è il romanzo semi-autobiografico *Welcome to the NHK*, trasposto successivamente in manga e in anime. Al centro della storia vi sono un giovane Hikikomori e NEET ed il rapporto di questo con diversi personaggi, anch'essi disincantati sul loro stato e sul loro futuro. La sigla **NHK** non indica l'emittente televisiva giapponese, bensì **Nihon Hikikomori Kyōkai** (associazione giapponese hikikomori), e tutta l'opera è incentrata sul problema che affligge il protagonista Tatsuhiro Satō, costretto a lottare contro il suo destino da hikikomori.

Nel 2013, secondo la Società Italiana di Psichiatria, circa 3 milioni di italiani tra i 15 e i 40 anni mostravano caratteristiche comportamentali simili a questa patologia. Tuttavia, il disturbo è spesso associato e confuso con la cultura nerd e geek, o più frequentemente con un semplice abuso di Internet (le cui stime parlano di 240.000 adolescenti italiani che trascorrono più di tre ore al giorno tra Internet e videogiochi), limitando il fenomeno a una conseguenza del progresso della società e non a una chiara scelta volontaria del soggetto.



Avendo dedicato gran parte del tempo all'utilizzo di apparecchi tecnologici ed essendo più o meno radicalmente poco impegnato in relazioni sociali, un nerd può, spesso, essere un **NEET** e un hikikomori lo è inevitabilmente. **NEET** è l'acronimo inglese di "*Not (engaged) in Education, Employment or Training*", in italiano anche **né-né**, ed indica persone non

impegnate né nel lavoro e né nella formazione. I dati relativi ai né-né sono utilizzati in economia e in sociologia del lavoro per indicare individui che non sono impegnati nel ricevere un'istruzione o una formazione, non hanno un impiego né lo cercano, e non sono impegnati in altre attività assimilabili, quali ad esempio tirocini o lavori domestici.

Il termine NEET è stato usato per la prima volta nel luglio 1999 in un report della *Social Exclusion Unit* del governo del Regno Unito, come termine di classificazione per una particolare fascia di popolazione, di età compresa tra i 16 e i 24 anni. In seguito, l'utilizzo del termine si è diffuso in altri contesti nazionali, a volte con lievi modifiche della fascia di riferimento: in Italia, ad esempio, l'utilizzo di né-né come indicatore statistico si riferisce, in particolare, a una fascia anagrafica più ampia, la cui età è compresa tra i 15 e i 29 anni, anche se in alcuni usi viene usato per i giovani fino a 35 anni, se ancora coabitanti con i genitori. Secondo l'Istat, in Italia, nel 2009, i né-né nella fascia di età tra i 15 e i 29 anni erano circa 2 milioni (il 21,2 per cento). Sempre secondo l'Istat, nel 2013 nel rapporto "*Noi Italia*", sono due milioni e mezzo i giovani tra 15 e 29 anni che non studiano e non lavorano. Si tratta del 26% degli under 30, più di 1 su 4.

Si viene, così, a creare una sorta di affinità tra le caratteristiche dell'**otaku** (appassionato di fumetti e cartoni animati giapponesi), la figura del nerd, l'Hikikomori e il NEET, in un continuum che va da un interesse/stile di vita ad una visione del mondo disadattiva.

Considerazioni conclusive: un mondo in evoluzione

Il mondo interiore dell'individuo cambia nel tempo e nelle culture, e così cambiano le manifestazioni sintomatiche da lui adottate per far fronte ai propri disagi interiori; il sintomo va considerato come un linguaggio che sceglie la sua modalità espressiva in accordo con il linguaggio della cultura in cui si colloca. Stati emotivi disfunzionali, come per esempio l'ansia, sembra abbiano accompagnato l'uomo sin dall'origine del suo cammino, modificando, nel tempo, manifestazioni espressive e risposte terapeutiche, congruentemente alle epoche storiche.



Ripercorrendo, rapidamente, la storia della medicina è possibile trovare tracce dell'ansia già a partire dall'antica Grecia, quando era concepita come melanconia e si pensava derivasse da un eccesso di bile nera presente nell'organismo. Tale patologia, sostenuta da Ippocrate e accettata da Aristotele, era curiosamente curata con il vino, rimedio naturale per i sintomi fisiologici manifestati. Nel Medioevo, l'ansia diventa malattia mentale e dello spirito, alla quale la religione può porre rimedio attraverso la redenzione dei peccati del paziente. Durante l'Illuminismo, molti rimedi come decotti,

salassi, impiego di oppio e pietre preziose, continueranno a ricoprire un ruolo primario nel trattamento dei sintomi ansiosi tra la popolazione. È solo dall'800 in poi l'ansia che sarà progressivamente concepita come un disturbo psicologico da curare con i farmaci e tramite la psicoterapia, da intendersi etimologicamente come "terapia dell'anima".

L'approfondimento delle modalità di utilizzo delle nuove tecnologie, da parte di nativi digitali e di immigrati digitali, rende necessario approfondire le nuove realtà con le quali si entra in contatto. Queste nuove modalità del vivere sociale, legate alle attuali tecnologie, che siano esse in correlazione o in un rapporto causa-effetto con il disagio psicologico, fanno nascere stimolanti interrogativi e mettono in luce quella che può essere vista come l'attuale emergenza sociale del nostro secolo.

Bisogna, però, fare attenzione a non porre l'accento su una problematica errata. Allo psicologo clinico del cyberspazio è richiesto, ancor più che in altri settori, di evitare il rischio di patologizzare l'utilizzo delle nuove tecnologie, avendo una conoscenza rispetto agli stili di vita legati al loro impiego, con una capacità di comprendere le modalità di comunicazione ed il linguaggio delle nuove generazioni digitalizzate. Questo permette ai professionisti del settore di distinguere e non confondere tra ciò che si presenta come emergenza sociale e stile di vita. È proprio studiando le modalità di utilizzo (più o meno patologico o adattivo) delle nuove tecnologie digitali, che i ricercatori si sono accordati notando la co-presenza di alcuni stili di vita e di alcuni tipi di problematiche legate a un disadattivo utilizzo di apparecchi tecnologici digitali (dai pc, agli smartphone, ai tablet, alle consolle, tutti strumenti in grado di permettere una connessione al cyberspazio).



Di conseguenza, è importante che uno psicologo clinico diventi uno studioso del cyberspazio, ne apprenda le potenzialità, le novità, i gusti correnti. Conosca e comprenda le mode tra adolescenti, mode legate a determinati social network piuttosto che ad altri, capisca i canali di comunicazione che spesso gli adolescenti precludono agli adulti. Lo psicologo clinico, quale

studioso del cyberspazio, approfondisce le tendenze di ogni stile di vita scelto tra gruppi di adolescenti: i social network più in voga tra i nerd, come ad esempio **Steam**, i giochi di ruolo più giocati, le preferenze di un gruppo oppure di un genere sessuale rispetto all'altro, le realtà virtuali più scelte e più frequentate, le propensioni di un momento o di un'epoca. Lo psicologo clinico, trasformatosi in un cyberpsicologo, potrà comprendere anche il mondo digitalizzato adolescenziale e riuscire a "parlare il loro linguaggio", creando un'intesa, che si evolva nella nascita di una domanda terapeutica, la nascita di una possibilità.

Un'intesa profonda che potrà basarsi su una modalità che eviti censure ed autocensure continue perché basata sulla reale possibilità di comunicare il proprio vissuto legato, inevitabilmente e oramai inestricabilmente, al cyberspazio. Cosa vuol dire parlare "il loro linguaggio"? Si tratta realmente di un linguaggio nuovo, che potrebbe risultare ostico nella comprensione se il gap di conoscenze tecnologiche è tale da creare un divario nella possibilità di comprendere le ragioni e gli interessi di un nativo digitale.

In sintesi, anche se bisogna essere cauti nel “patologizzare” l’utilizzo di dispositivi tecnologici digitali, deve essere chiaro che esso non abbia “provocato” stati di malessere psicologico, né sia in rapporto causa-effetto con essi. Un uso disadattivo di questi strumenti può essere utilmente considerato come una emergente manifestazione di una vasta gamma di altri generi di malesseri interiori, più o meno gravi, non necessariamente innescati dall’immersione nel cyberspazio. In seguito, sarà indispensabile approfondire, in percorsi di ricerca e/o di intervento psicoterapeutico, questi stati di malessere specifici, per evitare che il cyberspazio divenga tutto il mondo possibile, vivibile, accettabile ed accessibile nella vita di un essere umano.

Adottare un atteggiamento che miri esclusivamente a criticare e, nel peggiore dei casi, a patologizzare dei comportamenti per il semplice fatto che siano associati a dei dispositivi digitali che, di fatto, non si conoscono, sembra quanto meno assai superficiale. Al contrario, appare indispensabile “conoscere per potere e sapere utilizzare”, evitando il rischio di cadere in considerazioni che condurrebbero a demagogie pericolose e retrograde, con valutazioni avventate. Bisogna, inoltre, considerare la realtà virtuale non in contrapposizione a quella naturale, ma in continuità, se non parte integrante, di essa. Solo in questo modo sarà possibile rendersi conto che quella virtuale rappresenta lo specchio della realtà naturale e non una sua contraffazione.



I Nativi digitali considerano le tecnologie come un elemento naturale del loro ambiente di vita, una “protesi cognitiva e ludica”, e non una novità da temere; vedono e costruiscono il mondo in maniera diversa da chi li ha preceduti: per loro esiste il reale e altrettanto reale è la sua espansione “virtuale”. Per gli Immigrati Digitali invece, la vita virtuale si configura essenzialmente come una copia, un’imitazione della vita face-

to-face, per cui reale e virtuale continuano ad essere due realtà non conciliabili. Postare continuamente il proprio status o le proprie foto su Facebook, essere continuamente connessi, non rientra nelle loro norme sociali e relazionali, ma può essere il risultato di spinte narcisistiche o, secondo alcuni ricercatori, può essere il risultato di alti livelli di F.O.M.O.

Si potrebbe immaginare, metaforicamente, la differenza tra Nativi Digitali ed Immigrati Digitali come la differenza tra un originario madrelingua ed una persona che stia imparando (o abbia imparato) una seconda lingua (il linguaggio digitale). Per quanto si possa essere dotati, per quanto si impari in fretta ed in modo completo, si noteranno sempre degli accenti relativi alla propria lingua d’origine. Ma il punto fondamentale da considerare è il fatto che uno di madrelingua penserà e sognerà principalmente nella sua lingua madre, mentre la persona che abbia imparato quella seconda lingua, resterà una persona che pensa e sogna nel suo linguaggio originario, con la conseguente necessità di una continua, simultanea traduzione di significati; traduzione che tradisce differenti stili di vita e visioni del mondo.

Spesso l’interesse scientifico nei confronti degli aspetti psicologici e psicopatologici dell’uso della Rete, adottando un punto di vista apocalittico, si è concentrato e, ancora, si concentra sul presunto fenomeno della dipendenza da Internet (Internet Addiction Disorder). Tale

attenzione non rende giustizia alla natura complessa della Rete, alla sua dimensione interpersonale, alla molteplicità dei bisogni individuali che Internet può soddisfare. In Italia, l'iniziale e incomprensibile scetticismo dimostrato dal mondo scientifico, in particolare psichiatrico, si è trasformato in reale interesse da quando è stato possibile esaminare i primi pazienti affetti da sintomatologia Internet-correlata, nei quali era presente assieme a uno strano corteo sintomatologico, una sorta di irrefrenabile bisogno di chattare, a volte così esclusivo da indurre a trascurare qualsiasi altra attività. Il rapporto tra psicologia clinica e Internet ha recentemente ricevuto ulteriori attenzioni, grazie alla possibilità di trattare questo tipo di pazienti (e non solo) attraverso il contatto on-line, utilizzando Internet come uno strumento terapeutico che si dimostra particolarmente indicato per quegli utenti che altrimenti difficilmente ricorrerebbero all'aiuto di uno specialista. Sembra comunque accettato che sia possibile ipotizzare una sorta di potenzialità psicopatologica propria della Rete.

Negli anni di studi e ricerche in merito, sono state evidenziate, in sintesi, alcune caratteristiche relative a problemi rete-correlati, caratteristiche simili a quelle identificate nella psicopatologia classica. Tra i fattori di rischio vi sono:

- condizioni psicopatologiche come disturbo depressivo, disturbo ossessivo compulsivo, disturbo bipolare compulsione sessuale, gioco d'azzardo patologico;
- fattori situazionali: sindrome da burnout, contrasto coniugale o abuso infantile;
- condotte a rischio: "eccessivo consumo", riduzione delle esperienze di vita e di relazione "reali";
- eventi di vita sfavorevoli (problemi lavorativi, familiari, ecc.: "internet come valvola di sfogo");
- potenzialità psicopatologiche proprie della rete (anonimato e sentimenti di onnipotenza che possono degenerare in: pedofilia, sesso virtuale, creazione di false identità, gioco d'azzardo, ecc.).

Tra i fattori di protezione abbiamo:

- buona autostima e sicurezza in sé stessi;
- buone relazioni (virtuali e non);
- mancanza di importanti disagi psicologici;
- mancanza di marcati tratti ossessivo-compulsivi.

Con questo spirito nasce la cyberpsicologia, che si pone come obiettivo la comprensione e lo sviluppo di quelle risorse soggettive in grado di aiutare l'individuo a gestire al meglio la relazione tra la propria esistenza, la rete e i nuovi media, attraverso il riconoscimento e l'implementazione di quelle competenze che consistono nei punti di forza e di eccellenza di ogni singola persona.

Appare ormai evidente che le manifestazioni psicopatologiche non siano innescate dalla digitalizzazione, ma assumano, per così dire, una forma digitale in quanto si manifestano a livello esperienziale nell'essere al mondo delle persone e nel loro essere situati nella cultura

tipica di questa epoca. Le manifestazioni dei disturbi psicopatologici non rappresentano solo uno stato disgregativo, come spesso è facile pensare a livello intuitivo, ma possono anche rappresentare un tentativo, per quanto poco strutturato e a volte fallace, di riorganizzazione tra ciò che è interno e ciò che è esterno, conseguentemente ad un rifiuto dell'equilibrio fino a quel momento stabilito. Il disagio mentale è stato ed è il risultato della complessa relazione di interdipendenza esistente tra individualità e contesto sociale e culturale.

Il framework più funzionale alla visione di psicopatologia proposta in questo articolo è certamente quello della cyberpsicologia culturale, definibile come lo studio del modo in cui i nuovi media e la rete regolano, esprimono, trasformano e mutano la psiche umana. Cultura, pensiero e comportamento sono indistinguibili e tra loro inseparabili; le strutture mentali e i processi psicologici individuali che ne derivano possono essere compresi solo se si tiene conto dello specifico contesto culturale di appartenenza dei soggetti. I significati e le pratiche di un gruppo culturale influenzano e modellano le strutture mentali e i processi psicologici delle persone che ne fanno parte (anche quelli disfunzionali). Per comprendere realmente i fenomeni che si vogliono studiare, è necessario analizzare le pratiche quotidiane, gli artefatti presenti all'interno del contesto culturale dei soggetti, e il modo in cui gli individui si relazionano con essi.

Nella maggioranza dei casi il gruppo culturale di appartenenza ha teorie esplicite riguardo alla natura e alla causa di tali disturbi e idee precise sui loro sintomi, sulla loro evoluzione e sulla loro prognosi: è come se la cultura di appartenenza fornisse ai propri membri chiare indicazioni su quali sono le modalità corrette per esprimere il proprio disagio psichico, proponendo quindi modelli specifici di cattiva condotta. I sintomi sono idiomi di sofferenza e per essere compresi devono essere inseriti nella più ampia rete di significati metaforici culturalmente connotati.

In un mondo ipertecnologizzato il principale problema psicologico consiste nell'obbligo di adattarsi non solo a tecnologie sempre nuove, ma anche a situazioni e mansioni che cambiano rapidamente, a persone nuove a cui dare risposte differenziate e a luoghi diversi e lontani: e ciò non è senza conseguenze sul nostro apparato identitario.