

## La psicologia di internet

Di Jacopo di Nicola<sup>1</sup>

Internet, ai suoi albori, era visto come un mondo nuovo, un ovest da conquistare, senza regole e legami con la realtà. Un non-luogo dove inventare storie ed universi. Un'isola che non c'è dove i pionieri del web (maschi, bianchi occidentali, acculturati) potevano giocare ai pirati. Luogo di incontro tra la contro-cultura americana e la ricerca universitaria, Internet era un laboratorio politico e sociale di una minoranza omogenea di attivisti, qualcosa di molto diverso dal Web a cui abbiamo accesso oggi, tramite gli schermi interattivi dei nostri smartphone. Tanto per dare l'idea di ciò che è cambiato negli ultimi vent'anni, nel dicembre del 1995, quando Internet ha iniziato a fare il suo ingresso nella nostra quotidianità, si contavano 16 milioni di utenti, mentre al giorno d'oggi Internet ne conta 3,6 miliardi.

In questo senso, si capisce la necessità della nuova edizione di **La psicologia di Internet** (Raffaello Cortina Editore, 2017) di Patricia Wallace<sup>2</sup>, a cura di Paolo Ferri e Stefano Moriggi. La prima edizione risale al 1999, quando, come sottolinea l'autrice nella prefazione, «dominavano ancora le librerie di calce e mattoni. L'azienda Google, con otto dipendenti, si era appena trasferita dall'originario garage in un ufficio più idoneo, e Mark Zuckerberg, l'ideatore di Facebook, studiava i classici al secondo anno delle superiori».

Negli ultimi vent'anni abbiamo assistito a quella che Dominique Cardon definisce la «democratizzazione di Internet»<sup>3</sup>. La Rete ha conquistato il globo entrando a far parte dei mezzi espressivi/ricettivi di ognuno di noi. Cosa implica questa nuova, perenne, connettività globale? Quali conseguenze produce sulla nostra personalità?

Per Patricia Wallace la trasformazione avvenuta negli ultimi vent'anni ha portato alla nascita della «persona online»: l'estensione tecnologica della nostra individualità, un insieme di «protesi» virtuali che lasciamo circolare per affermare la nostra presenza nel web: informazioni, immagini, testi, preferenze. Il fulcro del **Web 2.0** risiede proprio

<sup>1</sup> Tratto da: <http://www.leparoleelecose.it/?p=28974>

<sup>2</sup> Patricia Wallace insegna alla Graduate School del Maryland University College. Si occupa di psicologia delle relazioni e dell'apprendimento

<sup>3</sup> D. Cardon, *La Démocratie Internet*, Paris, Seuil, 2010.

in questo legame indissolubile tra espressione di sé e individualità: le produzioni simboliche che condividiamo sono i nostri rappresentanti virtuali.

La crisi dei media tradizionali, della politica rappresentativa è strettamente legata a questa nuova predisposizione di ognuno di noi a raccontarsi ed esprimersi per conto proprio, affrontando qualsiasi tema secondo l'ormai noto principio dell'uno vale uno. Non c'è altra mediazione al di fuori di se stessi. Purtroppo l'autrice si accontenta di definire la «persona online» come l'avatar con cui ci proponiamo all'altro senza approfondirne il discorso. Il libro è un elenco, quasi stordente, di dati ed esperimenti psicologici che dimostrano le continuità e le differenze tra il mondo reale e quello virtuale, passando dalle trasformazioni linguistiche allo sviluppo infantile, dal cyberbullismo ai siti d'incontri, dalla sessualità al lavoro.

Il taglio didascalico impoverisce la lettura, ma d'altra parte è l'autrice stessa a dichiarare di voler descrivere Internet per cercare di proporre mezzi di prevenzione dagli eccessi del **world wild web**: il risultato ricorda più un manuale d'uso che un saggio. In più, i dati proposti provengono spesso da paesi diversi (Stati Uniti, Giappone, Cina, Svezia...) e risulta difficile accettare il modo in cui l'autrice li usa, ovvero senza tener conto delle differenze culturali dei vari paesi, ma proponendo un miscuglio internazionale di dati sotto una lente d'ingrandimento irrimediabilmente americana.

Comunque sia, il libro rimane interessante grazie alla profusione di approfondimenti psicologici su vari fenomeni paradigmatici di Internet. Vale la pena citarne due alquanto emblematici. Il primo è l'aumento della violenza nel web che Wallace analizza tramite il concetto di «disinibizione tossica»: nella Rete l'individuo si sente in una condizione di anonimato e di invisibilità, e la distanza fisica con la sua vittima ne inibisce l'empatia provocando la violenza verbale che ritroviamo scorrendo tra i commenti di un qualsiasi post più o meno virale. Il secondo è l'incremento, paradossalmente in parallelo con quello dell'aggressività, della socievolezza. Se già negli anni '90 nei forum e nei giochi online si creavano comunità e gruppi, con l'avvento dei social network e delle varie app, le forme di socievolezza si sono ampliate e diversificate, diventando le attività principali di Internet.

Una delle particolarità della socievolezza online è il suo tempo asincrono che non permette uno scambio continuato. Per questo motivo, la prima impressione e i giusti filtri di ricerca hanno un ruolo fondamentale nella nascita di una relazione. La cura della propria immagine è imprescindibile per qualsiasi forma di rapporto sociale: nel mondo reale una persona dal bell'aspetto, ci ricorda Wallace, è automaticamente vista come più simpatica, intelligente, felice. Su Internet si replica lo stesso meccanismo, soprattutto dal momento in cui i social e gli smartphone hanno sdoganato la riproduzione fotografica di sé. In più, se già nel mondo reale la prima impressione è quella che conta, in uno spazio in cui l'impressione che gli altri si fanno di noi deriva essenzialmente dall'espressione che riusciamo ad imporre, tutto ciò assume proporzioni ancora più grandi. Un incontro online si risolve in pochi secondi, non c'è tempo né voglia di rimediare a una brutta figura, le infinite possibilità di combinazione

proposte dagli algoritmi deresponsabilizzano l'utente dall'obbligo di portare avanti un incontro che non decolla dalle prime battute.

La nuova socievolezza dell'«Internet democratizzato» rispolvera i capisaldi del marketing: ognuno di noi deve riuscire a mostrare la parte migliore di sé nel tentativo di ampliare i link che lo rendono un membro attivo della Rete. Tuttavia non si tratta semplicemente di sapersi vendere; nel pubblicizzarsi l'individuo si esprime e in questo modo manifesta la propria esistenza all'interno della comunità online. Questa forma di esistenza espressiva spiega in parte, se non del tutto, il diluvio di immagini e testi che compaiono e scompaiono nelle **newsfeed** dei social network. Si tratta di frammenti d'individualità messi in circolo nel tentativo di rendere visibile agli altri la propria presenza.

Patricia Wallace illustra dettagliatamente come la connettività sia sempre di più una condizione «naturale» dell'uomo contemporaneo: nel web cerchiamo lavoro, sostegno psicologico, sesso, amore, amicizia, repliciamo il nostro conformismo, la nostra rabbia. Le nuove tecnologie stanno trasformando perfino l'apprendimento infantile. **La psicologia di Internet** ha il merito di descrivere, senza allarmismi, ciò a cui andiamo incontro, dimostrando l'ormai inevitabile interdipendenza di Internet con la nostra quotidianità.