

7

PARTECIPAZIONE ALLA VITA PUBBLICA E NUOVI MEDIA

Augusta Isabella Alberici e Patrizia Catellani

IL “POTENZIALE PARTECIPATIVO” DELLA RETE

Il 10 aprile 2008 lo studente americano James Buck viene arrestato dalle autorità egiziane mentre racconta via Internet le proteste antigovernative che sono in corso nel Paese. *Arrested*, arrestato, questo il sintetico contenuto del messaggio che lo studente pubblica sul proprio profilo Twitter e che viene fatto circolare sulla Rete. Il tweet, diventato famoso, verrà identificato come uno dei primi messaggi che saranno trasmessi attraverso i social network durante l'ondata di proteste che investe il mondo arabo tra il 2008 e il 2011. In quelle occasioni, Facebook, Twitter, YouTube e altri social network sono ampiamente utilizzati da manifestanti, attivisti politici e giornalisti per mettersi in comunicazione tra loro o per condividere contenuti, testi, immagini o video, altrimenti censurati dai canali di comunicazione tradizionali. Non solo. Attraverso questi canali le proteste popolari che interessano i Paesi arabi diventano visibili presso i media occidentali, che possono così seguire direttamente i racconti di chi è fisicamente nelle piazze e comunica con il proprio cellulare. Per questi motivi, i mezzi di comunicazione digitale cominciano a essere visti come un possibile fattore dirompente che, permettendo ai cittadini di comunicare tra loro nonostante

la presenza di limitazioni ufficiali alla libertà di espressione, contribuisce a scardinare e rovesciare regimi pluridecennali (Farrell, 2012). Così, la primavera araba diviene nota anche come “La rivoluzione dei social network”. E nel 2011, Barack Obama, in un discorso al Dipartimento di Stato su Medio Oriente e Nord Africa, afferma che «i tiranni di quella regione devono ora fare i conti con una nuova arma in mano ai loro nemici: i cellulari e i social network».¹

Gli eventi legati alla primavera araba, così come altre forme di protesta che si sono sviluppate in Rete (per esempio, il movimento *Occupy Wall Street* o quello degli *Indignados*), hanno fatto molto discutere circa il ruolo che i social media starebbero acquisendo in termini di supporto alla partecipazione dei cittadini alla vita pubblica e politica. In ambito accademico, già a partire dagli anni Novanta un acceso dibattito ha visto contrapporsi posizioni più entusiastiche, che hanno individuato nelle nuove opportunità comunicative offerte dalla Rete un fattore determinante nello scatenarsi di queste forme di protesta (Rheingold, 1995), fino a posizioni più scettiche, che hanno guardato alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione come a strumenti di controllo e oppressione nei confronti dei cittadini (Lyon, 1997). Chi enfatizza le nuove opportunità offerte dalla Rete ipotizza che l'abbattimento dei costi di partecipazione offerto dalla Rete possa favorire un ritorno a modelli antichi di partecipazione, come nelle città-stato greche. Secondo questa visione, la Rete sarebbe un potenziale agente di *disintermediazione*, intesa come capacità degli utenti di procurarsi informazioni, beni e servizi senza passare attraverso mediatori, per esempio aggirando il monopolio comunicativo dei media tradizionali. Ciò aumentata la facilità di accesso diretto alla comunicazione, che condurrebbe, nel lungo periodo, a una destituzione delle élite tradizionali e a una democratizzazione del dibattito pubblico. L'effetto sarebbe quello di rivitalizzare le dinamiche partecipative. Su questa linea è stata proposta l'idea che Internet sia in grado di causare un effetto di *equalizzazione*, tale per cui attori marginali, poveri di risorse e con scarso accesso ai canali istituzionali verrebbero posti nelle condizioni di accrescere il loro peso negli equilibri politici (Mosca & Vaccari, 2011).

Chi ha una posizione più scettica nei confronti della Rete ritiene invece che gradualmente Internet sia soggetta a una logica di *normalizzazione*, tale per cui gli attori tradizionali della politica (per esempio, i partiti) ten-

1. <https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2011/05/19/remarks-president-middle-east-and-north-africa>.

derebbero ad appropriarsi di questo mezzo di comunicazione, riapplicando anche in tale nuovo contesto i meccanismi della «solita politica» (Margolis & Resnick, 2000). Internet verrebbe quindi usato dagli attori tradizionali della politica per rafforzare ulteriormente la loro visibilità e influenza, diventando così una risorsa aggiuntiva, un mezzo in più, per controllare meglio la realtà. Anche coloro che vedono nelle nuove tecnologie un pericolo in termini di coesione sociale sono scettici, a causa dell'elevata personalizzazione e individualizzazione nella ricerca di informazioni (Negroponte, 1995). Secondo altri la Rete favorirebbe un'eccessiva *polarizzazione* delle posizioni politiche, nel senso che le caratteristiche peculiari delle interazioni online porterebbero a una riduzione della possibilità di venire a contatto con punti di vista eterogenei, acuendo così il divario tra le parti politiche (Sunstein, 2002).

Indubbiamente, il ruolo che Internet gioca nella vita politica dei cittadini è complesso e sfaccettato, e necessita di ulteriori approfondimenti di ricerca. Detto questo, è evidente che nel corso dell'ultimo decennio il legame tra le nuove tecnologie e le possibilità di partecipazione dei cittadini alla vita pubblica è diventato sempre più stretto, soprattutto se si considerano i profondi cambiamenti introdotti dall'evoluzione in chiave relazionale del Web 2.0 (Farrell, 2012). In particolare, l'accresciuta facilità d'uso, il consistente ampliamento delle possibilità fornite all'utente di potersi esprimere e generare nuovi contenuti, l'immediatezza con cui ogni nuovo contenuto può essere reso accessibile all'intera comunità in Rete e il ruolo potenzialmente attivo che le comunità online assumono nel processo di creazione e condivisione dei contenuti, fanno del Web un *luogo*, e non solo un mezzo, apparentemente ideale affinché gli utenti possano relazionarsi tra loro, scambiandosi idee e muovendosi collettivamente per uno scopo.

Nell'ambito della ricerca psicosociale, molti sono concordi nel ritenere che le caratteristiche peculiari di Internet portino con sé un *potenziale* in termini di supporto alla partecipazione dei cittadini alla vita pubblica e politica. In particolare, le opportunità comunicative offerte da Internet sarebbero adatte a supportare l'azione di gruppi o movimenti marginali e con scarso potere, che in passato difficilmente sarebbero stati capaci di intraprendere azioni collettive efficaci (Brunstig & Postmes, 2002). Come già accennato, Internet consente agli individui e alle organizzazioni di superare barriere geografiche e socio-economiche rilevanti, abbassando così i costi globali della partecipazione. I flussi comunicativi si diramano a livello globale con una velocità un tempo impensabile. Inoltre, le possibilità di creare "reti" di citta-

dini, associazioni, o raggruppamenti politici, forniscono nuove opportunità sia in termini di organizzazione delle attività, sia in termini di mobilitazione degli aderenti. Questi ultimi possono partecipare direttamente alle iniziative organizzate da un gruppo, senza necessariamente passare da un'organizzazione centralizzata, anzi spesso tramite strutture articolate in nodi locali sparsi sul territorio. Infine, Internet rende potenzialmente realizzabili flussi diretti di comunicazione sia verticale (per esempio, tra un politico e i cittadini, e viceversa) sia orizzontale (per esempio, gli utenti possono discutere tra di loro di temi sociali e politici attraverso blog e forum) (Bentivegna, 2002).

Nel complesso, la considerazione delle opportunità partecipative offerte dalla Rete e di cui abbiamo finora parlato porta a collocare la comunicazione via Internet su un altro piano rispetto alla comunicazione dei media tradizionali. Secondo Spears e Postmes (2015, p. 29), «la tecnologia è tutt'altro che neutrale» e porterebbe con sé delle conseguenze in termini di modalità e possibilità partecipative. Dunque, i nuovi media stanno cambiando qualcosa. Ma che cosa? Il fatto di informarsi, discutere e mobilitarsi attraverso la Rete influisce sui motivi che spingono le persone a muoversi collettivamente per uno scopo? I fattori psicologici che portano le persone a decidere di partecipare ad azioni collettive sono sempre gli stessi oppure il contesto online produce dei cambiamenti nel loro peso o nel loro significato?

In questo capitolo proveremo a rispondere a questi interrogativi adottando la chiave di lettura propria della psicologia sociale. Studiare l'azione collettiva a partire da una prospettiva psicosociale significa focalizzarsi sui fattori psicologici che portano le persone a impegnarsi per uno scopo e ad agire in qualità di membri di un gruppo (De Weerd & Klandermans, 1999; Wright, Taylor & Moghaddam, 1990; Kelly & Breinlinger, 1995; Van Zomeren, Postmes, Spears & Bettache, 2011). Adottando questa prospettiva, alcuni autori hanno rivolto la propria attenzione allo studio dei possibili effetti che il contesto online può produrre sulle determinanti della mobilitazione (Alberici & Milesi, 2013; Brunstig & Postmes, 2002; Spears & Postmes, 2015). Prima di passare in rassegna questi studi, appare tuttavia opportuno soffermarci a descrivere i fattori che appaiono cruciali affinché un'azione collettiva possa svilupparsi.

LE DETERMINANTI PSICOSOCIALI DELL'AZIONE COLLETTIVA

Vi sono alcuni importanti fattori psicologici che inducono le persone a mobilitarsi. La ricerca psicosociale ne ha identificati quattro:

- l'ingiustizia percepita e i suoi correlati emotivi;
- la percezione di efficacia;
- l'identificazione collettiva;
- le interazioni comunicative all'interno del gruppo (Alberici, 2006; Catellani, 2011; Klandermans, 1997; Stürmer, & Simon, 2004; Van Stekelenburg, & Klandermans, 2013; per una meta-analisi, vedi Van Zomeren, Postmes, & Spears, R. 2008).

In primo luogo, l'azione collettiva è più probabile quando vi è una percezione condivisa di *ingiustizia*. Ciò significa che le persone sono più facilmente indotte a partecipare a un'azione collettiva quando ritengono che il loro gruppo, o altri gruppi significativi, si trovino in una situazione di ingiusto svantaggio (Dubé-Simard & Guimond, 1986; Guimond & Dubé-Simard, 1983; Kelly & Breinlinger, 1995; Leach, Iyer & Pedersen, 2007; per una meta-analisi, vedi Smith & Ortiz, 2002). In particolare, secondo la teoria della deprivazione relativa (Folger, 1986), ciò che spinge le persone ad aderire ad azioni collettive non è tanto la valutazione della situazione oggettiva in cui si trova l'individuo o il gruppo, quanto piuttosto la percezione di volere e meritare condizioni migliori rispetto a un determinato elemento di comparazione, sia esso un altro gruppo, la propria situazione passata, o uno standard di tipo cognitivo come i principi di equità e di giustizia. L'azione collettiva è più probabile quando questa percezione si riferisce alla condizione del proprio gruppo, più che alla propria condizione individuale (Runciman, 1966). Inoltre, la componente affettiva dell'ingiustizia, in particolare i sentimenti di rabbia e frustrazione, costituiscono un importante movente della mobilitazione (Leach, Iyer & Pedersen, 2006; Tausch et al., 2011). Anche se importante, questo movente può rivelarsi tuttavia piuttosto fragile, poiché la sensazione di rabbia che le persone provano nel momento in cui si trovano in una situazione di ingiustizia tende a esaurirsi nel breve termine e, probabilmente, a trasformarsi in percezioni di altro tipo (Stürmer & Simon, 2009). Alcune ricerche hanno mostrato che un altro tipo di emozione, anch'essa legata alla percezione di ingiustizia, può spingere le persone a decidere di mobilitarsi. Si tratta dello sdegno (o indignazione) che, quando è condiviso dai membri di uno stesso gruppo, può portare a decidere di aderire ad azioni collettive non normative, ossia a forme di

partecipazione che violano le leggi e le regole vigenti in un dato sistema sociale, per esempio, l'hackeraggio o le manifestazioni non autorizzate (Tausch, Becker, Spears et al., 2008).

L'*efficacia collettiva* costituisce un'altra importante determinante dell'azione collettiva. Con questo termine ci si riferisce alle attese che le persone nutrono nei confronti degli altri potenziali o effettivi partecipanti all'azione. Ciò significa che, nel momento in cui si intraprende un'azione collettiva insieme ad altre persone, si valuta la possibilità che anche gli altri intraprendano la stessa azione. Viene quindi presa in considerazione la competenza degli altri ad agire, tenendo conto della probabilità che l'azione svolta dal proprio gruppo possa avere successo (Milesi & Catellani, 2011; Klandermans, 1997; Van Zomeren, Postmes, & Spears, 2008). L'idea che il coinvolgimento personale dipenda dalle aspettative circa la possibilità che il proprio gruppo ottenga un cambiamento sociale, è riconducibile a una motivazione di tipo strumentale, basata su un calcolo costi-benefici (Olson, 1965; Van Zomeren & Spears, 2009). Più recentemente, è stato proposto che le persone, quando devono decidere se partecipare o meno a un'azione collettiva, si basano su alcune considerazioni che riguardano non solo l'efficacia di gruppo ma anche l'efficacia individuale. Si tratta dell'*efficacia partecipativa*, ossia della percezione che il proprio contributo personale possa avere un effetto incrementale, e cioè fare la differenza, sui risultati dell'azione collettiva. In alcuni casi, questa percezione può essere ancora più rilevante dell'efficacia collettiva (Van Zomeren, Saguy & Schellhaas, 2013).

Dagli anni Ottanta in poi la ricerca sull'azione collettiva ha reso evidente che le determinanti strumentali non potevano essere considerate una ragione sufficiente a spiegare perché le persone siano portate a muoversi collettivamente. La ricerca psicosociale, a partire da quel periodo, ha rivolto grande attenzione al ruolo dei processi di identificazione collettiva (Tajfel & Turner 1986; Turner, 1987). Gli studi su questo costrutto evidenziano con molta chiarezza che l'azione collettiva è più probabile quando vi è un'*identità di gruppo* rilevante. Quanto più le persone si identificano con un gruppo, tanto più è probabile che esse siano portate a mobilitarsi per difendere gli interessi di quel gruppo (Reicher, 1984; Simon, et al., 1998; Van Zomeren et al., 2008). L'identità collettiva trasforma l'*io* in *noi*, estendendo il concetto di sé fino a includervi gli altri componenti del gruppo a cui si appartiene. Quando vi è un forte senso di identità collettiva, si percepisce un'elevata similarità rispetto agli altri membri del gruppo, condividendo con loro un destino comune, e si può decidere di agire collettivamente

per ridurre un'eventuale situazione di ingiustizia o svantaggio collettivo (Ellemers, 2002).

L'identità sociale è una motivazione chiave dell'azione collettiva. Essa esercita un'influenza diretta sulla propensione a mobilitarsi, ma allo stesso tempo condiziona il modo in cui gli individui reagiscono a una particolare situazione o struttura sociale. Le ricerche condotte in tale ambito hanno dimostrato che, se le persone possono identificarsi con una varietà di categorie sociali con diversi livelli di inclusività o ampiezza, l'identità che meglio predice l'azione collettiva è quella che gli individui sviluppano nei confronti dello specifico gruppo politico o sociale cui appartengono. Quindi, l'identificazione con un gruppo o movimento (per esempio, essere attivista di un'associazione contro la violenza sulle donne) è più motivante dell'identificazione con la categoria più ampia da cui il movimento attinge (per esempio, essere donna). Si parla in questo caso di *identità collettiva politicizzata* (Simon & Klandermans, 2001). L'identità politicizzata si sviluppa quando i membri di un gruppo:

- diventano consapevoli di condividere una situazione svantaggiata che attribuiscono a un avversario comune;
- condividono le norme, gli interessi e gli obiettivi del gruppo;
- diventano consapevoli della necessità di combattere la lotta nell'arena pubblica, dove altri attori sono presenti e coinvolti.

Questo tipo di identificazione porterebbe le persone a percepire una sorta di obbligo interiore a partecipare alle attività promosse dai movimenti o dai gruppi politici.

Se numerose ricerche hanno dimostrato il ruolo chiave dell'identità politicizzata quale predittore dell'azione collettiva, è tuttavia meno chiaro come un'identità di gruppo giunga a politicizzarsi. C'è un crescente consenso circa il fatto che, per comprendere questo processo, le variabili di cui abbiamo parlato finora (ingiustizia e correlati emotivi, efficacia, identità) debbano essere considerate come tutte fortemente legate le une alle altre. L'identità politicizzata svolge comunque un ruolo centrale ed è una variabile che può sia innescare l'influenza delle altre, sia esserne influenzata, portando indirettamente alla decisione di partecipare. Le persone, cioè, giungono a definire che cosa significa essere attivista di un dato gruppo sulla base delle loro considerazioni circa ciò che ritengono ingiusto (insieme alle emozioni che ciò provoca) e circa la possibilità che, individualmente o collettivamente, sia possibile ottenere un cambiamento (Thomas, Mavor & McGarty, 2012; Van Zomeren et al., 2008). Queste percezioni contribuiscono

no a riempire di significati l'appartenenza a un movimento o a un'associazione e, indirettamente, spingono le persone a impegnarsi per uno scopo comune.

Le *convinzioni morali* sono un'altra importante leva della mobilitazione, finora poco indagata. Le persone possono essere motivate ad agire collettivamente perché percepiscono che i principi morali, i valori o i riferimenti ideologici condivisi dal loro gruppo vengono violati o disattesi (Hornsey et al., 2006; Van Stekelenburg et al., 2009; Van Zomeren & Spears, 2009). La condivisione di alcuni principi morali basilari influenza il grado in cui le persone valutano una situazione come ingiusta, nel senso che i principi fanno da punto di riferimento ideale, permettendo agli individui di valutare il grado di discrepanza tra situazioni reali – come le cose sono – e situazioni ideali – come le cose dovrebbero essere. Le persone possono quindi essere indotte a partecipare ad azioni collettive per difendere i loro principi morali, per enfatizzarne l'importanza e il valore assoluto, e lo fanno quando percepiscono che questi valori sono minacciati o addirittura apertamente violati (Mazzoni, Van Zomeren & Cicognani, 2015).

Oltre alle determinanti che abbiamo elencato, diversi studi hanno recentemente preso in considerazione il ruolo della comunicazione e delle *interazioni tra i membri di un gruppo* (Van Stekelenburg & Klandermans, 2013). Il ruolo delle reti sociali è da tempo noto nell'ambito degli studi sociologici e politologici sulla partecipazione e sull'azione collettiva (Almond & Verba, 1995; Putnam, 1993). L'idea di base è che la decisione di partecipare non viene mai presa in una condizione di isolamento sociale. Al contrario, i sentimenti individuali di ingiustizia vengono trasformati in sentimenti di gruppo attraverso le interazioni tra le persone. Le reti sociali rappresentano uno spazio per la creazione e la disseminazione di un punto di vista comune, e ciò permette l'elaborazione di un discorso critico verso le autorità, o più in generale una visione condivisa mirata a ottenere un cambiamento sociale (Paxton, 2002). Gli effetti delle reti sociali sulla partecipazione dipendono soprattutto dalle possibilità che i membri di un gruppo hanno di discutere di temi sociali o politici, e dalle informazioni che essi riescono così a raccogliere riguardo a un determinato tema (McClurg, 2003). In altre parole, se le persone fanno parte di reti sociali di vario genere (per esempio, di un'associazione di volontariato), ciò rende più probabile lo scambio di idee, opinioni e informazioni su temi di comune interesse. Ciò, a sua volta, stimola all'azione collettiva in vista di uno scopo (Klandermans, Van der Toorn & Van Stekelenburg, 2008).

La comunicazione all'interno di un gruppo svolge un ruolo centrale nella formazione dell'identità collettiva, stimolando quindi l'azione in modo indiretto. Comunicando tra loro, i membri di un gruppo arrivano a creare consenso circa il significato della loro appartenenza, giungendo così a definire "chi siamo" e "che cosa vogliamo" (Catellani, 2015; McGarty, Khalaf, Blink, Gee, & Stone, 2007). Per esempio, Drury e Reicher (2010), analizzando alcuni movimenti di piazza in base allo sviluppo delle interazioni tra i manifestanti, hanno mostrato che il contenuto delle identità collettive è dinamico e fortemente legato ai cambiamenti delle relazioni sia all'interno di un gruppo, sia tra i gruppi coinvolti (per esempio, tra manifestanti e polizia).

Dunque, vi è ampio consenso attorno all'idea che la comunicazione tra i membri di un gruppo sia uno dei fattori decisivi per la partecipazione ad azioni collettive. Ma che cosa sappiamo riguardo al ruolo della comunicazione online? Le peculiarità delle interazioni che avvengono attraverso i nuovi media hanno un'influenza sui fattori chiave che abbiamo appena elencato?

IL CONTESTO ONLINE: LE DETERMINANTI DELL'AZIONE COLLETTIVA E IL RUOLO DELLA DISCUSSIONE ATTRAVERSO I NUOVI MEDIA

Si tratta anzitutto di capire se le determinanti psicologiche alla base delle azioni collettive abbiano un peso diverso nei contesti online e in quelli offline, ossia se il fatto di interagire attraverso le rete o faccia a faccia modifichi o meno l'importanza dei vari fattori che inducono le persone a decidere di impegnarsi collettivamente. In una ricerca che ha coinvolto un campione di attivisti, Brunstig e Postmes (2002) hanno indagato se, in contesti online e offline, le determinanti di tipo strumentale (per esempio, l'efficacia attesa dell'azione) rivestono un'importanza simile rispetto alle variabili motivazionali o affettive (per esempio, l'identificazione con il gruppo). Gli autori, inoltre, hanno analizzato in che misura il contesto online viene ritenuto efficace in relazione a due tipologie di azione, ossia le azioni *soft* e quelle *hard*. Le *azioni soft* sono azioni normative che hanno il semplice scopo di persuadere le persone a rafforzare o a cambiare atteggiamento circa alcune questioni sociali o politiche (per esempio, la firma di petizioni o l'invio di email). Le *azioni hard* sono invece azioni di confronto diretto che a volte

sfociano in forme non normative di azione (per esempio, la partecipazione a manifestazioni non autorizzate, il boicottaggio, l'hackeraggio).

In primo luogo, i risultati della ricerca di Brunstig e Postmes (2002) hanno evidenziato che, in linea generale, il contesto online sembrerebbe essere ritenuto dagli attivisti più adatto a mettere in atto azioni soft, quindi persuasive e di sensibilizzazione, piuttosto che azioni hard, cioè di confronto diretto. Dunque le piazze, le strade, i posti dove si può essere fisicamente presenti rimarrebbero i contesti nei quali esprimere esplicitamente, e in alcuni casi duramente, il proprio dissenso. In secondo luogo, i risultati della ricerca hanno mostrato che le determinanti basate su un calcolo strumentale costi-benefici (come l'autoefficacia) sembrano avere un peso leggermente più alto delle altre determinanti nel contesto offline, rispetto a quello online. Per il resto, la ricerca non ha evidenziato differenze sostanziali tra i due contesti.

Questi dati suggeriscono che i processi psicosociali alla base dell'azione collettiva, online e offline, sono sostanzialmente simili (Spears & Postmes, 2015), contrariamente al parere di alcuni, secondo cui l'azione online sarebbe radicalmente diversa da quella offline (Bennett & Segerberg, 2012). La percezione di ingiustizia (insieme ai suoi correlati emotivi), l'efficacia e l'identità collettiva sono da ritenersi le determinanti chiave dell'azione collettiva *in generale*, quindi anche nel caso dell'azione che si sviluppa nei contesti online. È tuttavia probabile che questi motivi basilari subiscano delle trasformazioni dovute all'impiego delle nuove tecnologie, ed è proprio basandosi su questa ipotesi che alcune ricerche hanno provato ad analizzare empiricamente l'impatto trasformativo che la comunicazione online esercita sulle determinanti psicologiche dell'azione collettiva.

Il punto di partenza di queste ricerche è che l'espressione e lo scambio di opinioni politiche attraverso il Web possono avere un impatto diretto e positivo sulla partecipazione (Polat, 2005). Come sappiamo, le persone utilizzano sempre di più la Rete, i social media, i blog, i forum e gli altri mezzi di comunicazione online non solo per informarsi, ma anche per discutere di temi sociali e politici (Barisione, Catellani & Garzia, 2014). La discussione online è così diventata un elemento centrale della comunicazione e dell'azione collettiva contemporanea (Claridge, 2007), e in quanto tale ne sono state studiate sia le caratteristiche peculiari, sia gli effetti sull'impegno e sulla mobilitazione.

Diverse ricerche hanno evidenziato che quanto più le persone discutono online, tanto più è probabile che esse siano stimolate a impegnarsi

civicamente e politicamente (Shah et al., 2005). Gli effetti della discussione online sulla partecipazione si affiancherebbero agli effetti della discussione attraverso reti interpersonali offline, in alcuni casi mostrandosi anche più consistenti di quelli (Price & Cappella, 2002). Dunque, discutere online di temi politici e sociali rende più probabili la partecipazione e l'azione collettiva. Ma come? La discussione online trasforma in qualche modo l'impatto delle determinanti chiave di cui abbiamo parlato sopra? Per rispondere a queste domande prendiamo in esame i risultati di una ricerca condotta recentemente su due movimenti italiani che sono nati e si sono sviluppati facendo un uso massiccio della Rete (Alberici & Milesi, 2013). Nella ricerca si è analizzato se il fatto di discutere online più o meno frequentemente aumenti o diminuisca l'influenza delle determinanti psicologiche della partecipazione. In particolare, la ricerca ha focalizzato l'attenzione su come le interazioni online condizionino l'importanza giocata dalla percezione di efficacia collettiva, dalle convinzioni morali e dalla rabbia percepita dai partecipanti. Gli attivisti coinvolti nel primo di questi studi appartengono al Movimento 5 Stelle (M5S). Questo movimento è nato in Rete da un importante blog di controinformazione e successivamente ha trasformato la sua struttura online in una e vera propria lista elettorale. Gli attivisti coinvolti nel secondo studio sono i partecipanti al "No Berlusconi Day", una manifestazione che si è tenuta a Roma il 7 dicembre 2009. Questa manifestazione, che raccolse l'adesione di circa 200.000 persone, e che segnò la nascita del cosiddetto Popolo Viola, venne organizzata e pensata in pochissimo tempo attraverso una pagina Facebook.

I risultati di entrambi gli studi hanno mostrato che le discussioni online sono un *luogo* psicologicamente significativo, che modifica e trasforma l'impatto di alcune delle determinanti chiave della partecipazione. In prima istanza, quanto più frequentemente gli attivisti utilizzano i nuovi media per discutere e confrontarsi, tanto più è elevato l'impatto della percezione di *efficacia collettiva* sull'intenzione di mobilitarsi. Probabilmente, la consapevolezza della rapidità degli scambi permessa dalla Rete, così come della possibilità di superare le barriere geografiche e socioeconomiche, nonché la percezione che si possa contare sulla partecipazione e sul consenso (spesso sovrastimato) di molte persone, incrementano la forza dell'efficacia collettiva come movente dell'azione collettiva. In secondo luogo, all'aumentare della discussione online cresce l'importanza delle *convinzioni morali*, in particolare della percezione che alcuni principi morali basilari vengano violati, come determinante significativa della mobilitazione. Verosimilmente, questo

effetto è dovuto all'attività di controinformazione che spesso le discussioni politiche online promuovono, sfidando le interpretazioni della realtà sociale diffuse dai media tradizionali. In terzo luogo, i risultati di Alberici e Milesi (2013) hanno mostrato che all'aumentare dell'uso dei nuovi media per la discussione politica diminuisce il ruolo della *rabbia* come fattore mobilitante. Questo risultato conferma che la rabbia è un movente poco stabile, e quindi relativamente fragile, dell'azione collettiva (Stürmer & Simon, 2009). Indica, inoltre, che le discussioni online – forse per lo stile satirico e dirompente che spesso le caratterizza – costituiscono un'occasione in cui questa emozione negativa si scarica e perde la sua spinta motivazionale. Nel complesso, questi dati suggeriscono che la comunicazione online ha un impatto trasformativo su alcuni dei fattori psicologici alla base dell'azione collettiva, nel senso che contribuisce a incrementare o diminuire il peso relativo di ciascuno di essi. In questo modo condiziona i percorsi psicologici, o *le vie* che portano le persone a scegliere di mettersi in gioco e muoversi collettivamente per uno scopo.

LA COMUNICAZIONE ONLINE E LA FORMAZIONE DI UN'IDENTITÀ COLLETTIVA

Tra le determinanti dell'azione collettiva che abbiamo passato in rassegna, *l'identità collettiva* è un altro fattore chiave che ha mostrato di essere influenzato dalle peculiarità della comunicazione online. Uno dei contributi più importanti che la psicologia sociale ha fornito relativamente all'analisi del rapporto tra tecnologia e azione collettiva è stato proprio quello di analizzare le implicazioni che la comunicazione via Internet ha in termini di sviluppo e costruzione dell'identità collettiva degli utenti. Alcuni degli interrogativi ricorrenti circa il ruolo della comunicazione online nelle relazioni intergruppo sono riconducibili al cosiddetto *paradosso di Internet*. Come sappiamo, la comunicazione mediata da computer (CMC) avviene molto spesso in condizioni di isolamento sociale; le persone cioè comunicano ciascuna con il proprio personal computer, cellulare o tablet, senza essere, il più delle volte, compresenti fisicamente con i loro interlocutori. Tuttavia, le caratteristiche dei nuovi media, soprattutto se consideriamo il passaggio al Web 2.0, hanno fatto sì che la possibilità di creare reti sociali molto estese fosse potenziata al massimo. Dunque, Internet rafforza o indebolisce i legami sociali tra gli utenti? E le persone, quando interagiscono

online, sono più o meno condizionate dalle loro appartenenze e identità di gruppo? Secondo alcuni (Sproull & Kiesler, 1986), la povertà di indizi sociali che caratterizza la comunicazione online porterebbe a una diminuzione dell'importanza delle appartenenze e delle norme di gruppo. Secondo altri, invece, le interazioni online rendono ancora più salienti le identità collettive degli utenti. È questo l'assunto del *Social Identity De-individuation Model* - SIDE - (Spears & Lea, 1992), un modello che si propone di definire il modo in cui l'identità sociale emerge nell'ambito della comunicazione mediata da computer. Secondo questo modello, gli indizi di appartenenza sociale, tra cui il nickname e le modalità espressive utilizzate dall'utente, rivelano l'appartenenza sociale dell'utente stesso, aggirando alcune delle barriere imposte dal mezzo di comunicazione. Questi indizi sociali, emergendo con facilità, possono influire in modo rilevante sulle interazioni (Tanis & Postmes, 2003). Ciò significa che spesso le categorie sociali di appartenenza degli utenti possono essere deducibili sulla base di indizi di vario tipo, come per esempio l'indirizzo email o il linguaggio utilizzato per esprimersi. Quando l'interazione online contrassegna l'identità personale degli utenti, questi agiscono in quanto singoli individui. Diversamente, quando viene enfatizzata l'identità sociale, gli utenti comunicano osservando con particolare attenzione le norme del gruppo di riferimento. In quest'ultimo caso, e cioè quando il soggetto agisce in qualità di membro di un gruppo, il comportamento online può risultare più conforme alle norme del gruppo di quanto non avverrebbe in contesti offline. Il comportamento delle persone in queste situazioni sarebbe perciò più rigidamente normato o *ipersociale* (Postmes, Spears & Lea, 1998, 1999). L'anonimato che caratterizza buona parte delle interazioni online porterebbe infatti al processo di *de-individuazione*, inteso come il sostanziale incremento della salienza dell'identità sociale a scapito di quella personale. In altre parole, se per una persona l'identità di gruppo risulta saliente, le caratteristiche della tecnologia non faranno altro che accentuare l'importanza e l'influenza di questa identità (Klein, Spears & Reicher, 2007; Reicher, 1984; 1987).

L'idea centrale del modello SIDE è che, anche quando la nostra identità personale rimane anonima o siamo isolati socialmente, le appartenenze di gruppo esercitano una notevole influenza sul nostro comportamento online. Anzi, sarebbe proprio la limitata presenza di informazioni circa le caratteristiche dei singoli individui che, oscurando le differenze interpersonali, renderebbe più probabile la tendenza a focalizzarsi sulle caratteristiche distintive del gruppo al quale queste persone verosimilmente appartengono.

Secondo il modello SIDE, l'anonimato online porterebbe in primo luogo gli utenti a utilizzare le norme di gruppo per definire se stessi. Le persone, cioè, durante le interazioni online uniformerebbero i propri atteggiamenti e comportamenti a quelle che ritengono essere le regole condivise e seguite dal gruppo di appartenenza. In secondo luogo, l'anonimato nei confronti degli altri utenti aumenterebbe la possibilità di muoversi strategicamente a difesa del proprio gruppo. La comunicazione online permette infatti a membri di gruppi marginali o con scarso potere di raccogliere informazioni e supporto sociale, nonché di coordinare la propria azione, aggirando il controllo, la censura e le possibili sanzioni da parte di gruppi dominanti o con maggiore potere.

Il modello SIDE può essere applicato anche alle forme di interazione online nelle quali gli utenti non sono per nulla anonimi, ma al contrario facilmente identificabili, come è il caso delle interazioni su Facebook o attraverso le webcam (Lea, Spears & Watt, 2007; Spears & Postmes, 2015). Anche in questi casi, è sufficiente che le interazioni online avvengano in condizioni di elevata importanza delle appartenenze di gruppo (per esempio, rendendo saliente la distinzione di genere) perché le percezioni reciproche degli utenti tornino a essere condizionate dalle loro identità collettive più che da quelle personali.

La comunicazione online non è solo un luogo in cui emerge l'identità collettiva. È anche uno degli ambiti in cui l'identità collettiva si forma, si trasforma e si consolida (McGarty, Khalaf, Blink, Gee & Stone, 2007; Postmes, Haslam & Swaab, 2005; Thomas & McGarty, 2009). In particolare, l'interazione online all'interno del gruppo induce i suoi membri a creare e consolidare un consenso circa il significato della loro appartenenza al gruppo. Infatti, da un lato questo significato può essere dedotto a partire dalla categoria sociale alla quale i membri del gruppo appartengono, come per esempio "essere giovani" o "essere donne", dall'altro può emergere dall'interazione comunicativa tra i membri del gruppo stesso. In particolare, la discussione e il confronto all'interno di gruppi di persone che la pensano allo stesso modo su un certo tema (i cosiddetti *opinion-based group*, ossia quei gruppi caratterizzati dal fatto di non condividere nient'altro che una data opinione) porta allo sviluppo e alla definizione di precise norme di gruppo relative a emozioni, convinzioni e comportamenti collettivi che poi spingono i membri a mobilitarsi collettivamente in un contesto pubblico (McGarty et al., 2007). In altre parole, attraverso l'interazione e la discussione, le persone che condividono una caratteristica o un punto di vista

simile giungono via via a definire quali sono le emozioni e le credenze condivise che conferiscono un significato alla loro appartenenza, spingendoli a muoversi per ottenere uno scopo comune. A questo proposito, un'analisi del ruolo dei social media e dei movimenti nati in opposizione ai regimi dei diversi Paesi coinvolti nella cosiddetta "Primavera araba" ha mostrato che la comunicazione online ha accelerato i processi di formazione delle identità collettive, per esempio facendo coincidere l'identità rivoluzionaria con quella nazionale. In particolare, nel corso delle interazioni online, si è formata un'identità di gruppo in base alla quale gli oppositori del governo hanno iniziato a vedere se stessi come una delle due parti di un conflitto inter-gruppo, un *noi* contro un *loro*, che ha creato le condizioni per avviare un processo di cambiamento sociale. I social media hanno svolto dunque una funzione di catalizzatori e facilitatori nel processo di formazione dell'identità di gruppo. Essi hanno rivelato che il dissenso era diffuso tra i cittadini e che era possibile condividere una visione comune, e in questo modo hanno svolto un ruolo determinante nel sostenere e supportare un'opposizione di massa ai regimi politici al potere (McGarty, Thomas, Lala, Smith & Bliuc, 2014).

In conclusione, i contesti online condizionano lo sviluppo delle identità collettive degli utenti, influenzando anche il processo di politicizzazione di queste identità. Come abbiamo visto, l'identità politicizzata è una variabile cruciale per la partecipazione (Simon & Klandermans, 2001). L'identità di un attivista sarebbe il risultato della confluenza di una serie significati associati al senso di efficacia collettiva, alla rabbia, alla percezione di ingiustizia e alle convinzioni morali (Thomas et al., 2012). Queste credenze ed emozioni, insieme, contribuirebbero a definire *che cosa significa* essere un attivista di un dato movimento. A sua volta, l'identità politicizzata così costruita diventerebbe una determinante cruciale dell'azione collettiva. Analizziamo ora più in profondità questo processo all'interno della Rete.

LO SVILUPPO DELLE IDENTITÀ POLITICIZZATE IN RETE

Nel momento in cui le persone sperimentano un'ingiustizia o una discrepanza tra come le cose sono (*norme descrittive*) e come dovrebbero essere (*norme ingiuntive*), sono motivate a comunicare le loro idee e le loro opinioni (Smith, Thomas & McGarty, in corso di stampa). La possibilità di esprimere, discutere e scambiare interpretazioni condivise della realtà permette

di tradurre le percezioni individuali in norme e identità socialmente validate. Ciò porterebbe a sua volta allo sviluppo di nuove identità collettive, decisamente improntate a ottenere un cambiamento sociale.

Seguendo questa linea di ragionamento, si può ipotizzare che le *caratteristiche peculiari* delle discussioni online, e il modo in cui le persone le vivono mentre comunicano, possano influenzare i processi attraverso i quali un altro fattore chiave dell'azione collettiva, *l'identità politicizzata*, si forma, condizionando così le modalità attraverso le quali credenze ed emozioni danno un significato all'identità. Discutere di temi sociali e scambiare opinioni attraverso Facebook o Twitter porta infatti con sé delle specificità che differenziano questo modo di discutere da quello che caratterizza i contesti faccia a faccia (Claridge, 2007). Per esempio, il fatto di non essere compresenti fisicamente con gli interlocutori, e di poter discutere in condizioni di relativo anonimato con persone che non necessariamente si conoscono, facilita la possibilità di intervenire in una discussione anche da parte di coloro che hanno o sentono di avere una bassa competenza politica. Costoro, in situazioni offline, potrebbero non avere il coraggio di esprimersi (Marcoccia, 2004). Così come il formato scritto e l'asincronicità della comunicazione, se da un lato possono rallentare l'andamento della discussione riducendo l'efficacia decisionale, dall'altro permettono alle persone di razionalizzare meglio il proprio pensiero e di poter rileggere e approfondire il punto di vista espresso da altri (Kleinke, 2008).

Un'importante caratteristica da considerare quando si valuta il ruolo della Rete nello sviluppo dell'identità politicizzata è l'*omogeneità* dei punti di vista espressi durante le interazioni. Le persone, quando interagiscono online, tendono a unirsi in gruppi che condividono le medesime opinioni (Wojcieszak, 2011). Nonostante le reti sociali online siano spesso caratterizzate dalla presenza di legami deboli, e cioè da interazioni con persone con cui si ha un basso livello di conoscenza e di intimità, e che potenzialmente permettono di venire a contatto con punti di vista nuovi, è stata evidenziata la tendenza a discutere e comunicare in gruppi formati da persone che condividono punti di vista simili. Grazie anche alla crescente personalizzazione delle informazioni fornite dai motori di ricerca sulla base degli usi e delle preferenze degli utenti, i processi di esposizione selettiva vengono accentuati. Accade così che chi naviga sul Web sia orientato a ricercare informazioni che confermino le proprie idee e opinioni preesistenti. Non solo: durante le discussioni online, le persone tendono a sovrastimare il grado di accordo tra i partecipanti, anche quando i loro interlocutori sono

di fatto in disaccordo (Goel, Mason & Watts, 2010). Inoltre, la discussione all'interno di gruppi online omogenei aumenta il cosiddetto *effetto di falso consenso*, ossia la tendenza a sovrastimare il supporto del pubblico alla propria posizione. Questo, a sua volta, fa sentire le persone molto sicure circa la loro capacità di influenzare le opinioni degli altri (Wojcieszak, 2008).

Una recente ricerca condotta su alcuni movimenti italiani che fanno ampio utilizzo della comunicazione online (per esempio, il movimento “Se Non Ora Quando”, che difende i diritti delle donne) ha evidenziato che quanto più gli attivisti percepiscono le discussioni a cui partecipano come omogenee, tanto maggiore sarà il peso che la percezione di efficacia collettiva avrà nel definire la loro identità politicizzata (Alberici & Milesi, in corso di stampa). Partecipare a discussioni in cui gli interlocutori la pensano come noi, probabilmente aumenta la nostra convinzione che molti altri condividono i nostri obiettivi e che, tutti insieme, saremo in grado di ottenerli. Questa convinzione a sua volta politicizza l'identità di gruppo dei partecipanti, definendola in base alle aspettative di elevata partecipazione da parte di altri e, conseguentemente, di successo. L'identità politicizzata così definita rende più probabile l'azione collettiva. Questo meccanismo potrebbe essere alla base di alcuni eventi di protesta che sono nati velocemente sulla Rete e che hanno raccolto in poco tempo il consenso di un numero elevato di persone (come il “No Berlusconi Day” in Italia o gli eventi organizzati dal movimento “Occupy Wall Street”). I partecipanti sono accomunati da questa percezione rassicurante, e probabilmente un po' superficiale, di essere in tanti a condividere una stessa opinione e di poterla affermare. Scatterebbe così una sorta di pressione normativa a condividere le aspettative di successo, e questo a sua volta porterebbe a decidere di scendere materialmente nelle piazze, o più in generale a «fare qualcosa» in difesa di uno scopo comune.

Un'altra importante caratteristica delle discussioni online è data dalla *qualità* delle argomentazioni scambiate durante le interazioni. Questo è particolarmente rilevante per comprendere il potenziale dell'uso dei nuovi media nei processi deliberativi (Halpern & Gibbs, 2013; Stromer-Galley & Wachowski, 2010). In senso più ampio, le pratiche deliberative si riferiscono ai processi dialogico-argomentativi che precedono la decisione effettiva da parte di un gruppo, e si basano sul confronto di argomenti a favore e contrari. Attraverso il linguaggio, le persone si scambiano opinioni e argomentazioni, negoziando interpretazioni comuni della realtà e raggiungendo un consenso circa i piani di azione da intraprendere (Habermas, 1997).

Possiamo dire che, in una discussione, le pratiche deliberative sono adottate quando le persone ragionano su temi di interesse pubblico, adottando comportamenti comunicativi razionali e critici. I risultati di alcune ricerche suggeriscono che le discussioni online potrebbero favorire i processi deliberativi più delle discussioni offline (Coleman & Gotze, 2001; Wilhem, 2000). In particolare, la comunicazione scritta e l'asincronicità delle interazioni favorirebbero un tipo di ragionamento e di scambio di opinioni maggiormente riflessivo e razionale. Da questo punto di vista, le persone presterebbero dunque maggiore attenzione alla qualità delle argomentazioni nelle discussioni online piuttosto che in quelle offline.

È emerso che l'adozione di pratiche deliberative nelle discussioni online, così come avviene in quelle faccia a faccia, stimola il coinvolgimento e l'impegno politico (Min, 2007). Quando gli attivisti ritengono di partecipare a discussioni di elevata qualità, per esempio, discussioni nelle quali le argomentazioni sono approfondite o i commenti via via pubblicati seguono un filo logico, l'appartenenza al movimento si associa alla percezione di avere un obbligo morale ad agire (Alberici & Milesi, 2015). La discussione online, se di elevata qualità, rafforza l'idea che la percezione di violazione di alcuni principi morali di base non sia solo propria di alcuni membri del gruppo ma che, al contrario, sia condivisa da un ampio numero di persone. Attraverso interazioni di elevata qualità, i partecipanti possono ragionare sulle loro convinzioni morali e confermarle, definendo delle *buone ragioni* per intraprendere un'azione collettiva a supporto di tali convinzioni. In questo caso, l'identità collettiva si definisce sulla base della percezione che l'azione sia necessaria dal punto di vista morale. Al contrario, quando le persone percepiscono di partecipare a discussioni di bassa qualità, per esempio, in discussioni nelle quali emergono numerosi fraintendimenti tra un commento e l'altro, le convinzioni morali non contribuiscono più a definire l'identità collettiva dei partecipanti. Accade così che, in modo indiretto, la partecipazione viene disincentivata (Alberici & Milesi, 2015). In definitiva, è plausibile affermare che solo quando le discussioni online sono di elevata qualità, le identità collettive improntate all'azione possono svilupparsi e riempirsi di tutti quei significati che derivano dalle convinzioni morali delle persone.

Più in generale, è possibile concludere che le discussioni online, con le loro caratteristiche peculiari, rappresentino un contesto comunicativo importante per sviluppare un'identità politicizzata. Da questo punto di vista, esse influenzano, in positivo o in negativo, la propensione a mobilitarsi. In

particolare, discutere attraverso i nuovi media condiziona il modo in cui le credenze alla base della partecipazione e dell'azione collettiva contribuiscono a definire che cosa significa essere un attivista di un certo movimento.

CONCLUSIONI

Al di là delle posizioni più o meno ottimiste circa il ruolo che i nuovi media possono giocare in termini di supporto (o disincentivo) alla partecipazione e all'azione collettiva, quanto abbiamo visto finora mostra che questo ruolo è piuttosto complesso e merita di essere studiato in profondità. La chiave di lettura fornita dalla psicologia sociale si rivela in questo senso molto promettente, perché rende possibile approfondire lo studio delle percezioni, delle credenze e delle emozioni che entrano in gioco nel momento in cui le persone comunicano online, condividendo l'obiettivo di ottenere un qualsiasi tipo di cambiamento sociale. Come abbiamo analizzato, alcune determinanti psicologiche di base spingono le persone a partecipare alla vita pubblica e politica e l'utilizzo dei nuovi media, stando ai risultati finora ottenuti, non influirebbe più di tanto sul peso relativo di questi fattori. La percezione di ingiustizia, l'efficacia collettiva, l'identità collettiva e le convinzioni morali sarebbero alla base della partecipazione politica e dell'azione collettiva in generale, a prescindere dall'utilizzo o meno delle nuove tecnologie (Spears & Postmes, 2015). Tuttavia, comunicare attraverso i nuovi media *fa la differenza*, nel senso che ciò significa interagire in modi del tutto peculiari rispetto alla comunicazione che ha luogo offline o attraverso i mezzi tradizionali. L'anonimato, il fatto che gli interlocutori possano comunicare aggirando le barriere spazio-geografiche, l'amplificazione delle reti sociali, l'asincronicità delle interazioni, la maggiore o minore tendenza a interagire con persone che condividono punti di vista simili, e la più o meno elevata qualità delle discussioni sono solo alcune delle caratteristiche delle interazioni online prese in considerazione. Da un lato, tali aspetti possono supportare strategicamente quei gruppi che in un dato contesto godono di scarso potere e rischierebbero altrimenti di essere censurati, dall'altro è stato evidenziato che queste peculiarità trasformano i fattori psicologici alla base dell'azione collettiva. Le discussioni online possono allora essere considerate dei contesti psicologicamente significativi, dove l'impatto delle determinanti chiave della mobilitazione può essere aumentato oppure diminuito.

Particolarmente interessante è il legame tra la comunicazione in Rete e lo sviluppo delle identità collettive degli utenti. Gli studi psicosociali mostrano, in modo contro-intuitivo ma piuttosto convincente, che nei contesti online, dove le persone interagiscono perlopiù in condizioni di isolamento sociale, l'identità collettiva può emergere e giocare un ruolo importante. Può accadere addirittura che la nostra identità collettiva abbia un'influenza maggiore nella comunicazione online piuttosto che in quella offline, proprio a causa delle specificità di questo modo di interagire, in primis l'anonimato. Discutere di temi politici e sociali attraverso i nuovi media è anche un'esperienza che permette alle persone di giungere gradualmente a definire che cosa significa essere un attivista o un simpatizzante di un dato movimento o gruppo. Le reti sociali online, quindi, influenzano e *cambiano* il modo in cui le identità collettive si politicizzano, condizionando anche le modalità attraverso le quali si giunge a decidere di aderire a un'azione collettiva. L'esperienza di interagire online può contribuire a stimolare ma anche a scoraggiare la scelta di impegnarsi. Questo evidenzia come sia importante analizzare non solo l'intensità e le modalità di utilizzo dei nuovi media di per sé ma anche le percezioni e le esperienze vissute dalle persone quando interagiscono online.

Restano naturalmente molti nodi da sciogliere, e le ricerche empiriche, finora non molto numerose in questo specifico ambito, sono certamente necessarie per dare solidità a quanto emerso a oggi e per ampliare le conoscenze sull'impatto trasformativo della comunicazione online. Occorre, per esempio, chiarire se e come le emozioni che motivano la partecipazione (per esempio, lo sdegno) vengono condivise in Rete. La mancanza di feedback non verbali (come i gesti, le espressioni del viso o gli sguardi) rende più complesso riconoscere e condividere online un'emozione, così come può avvenire in una piazza dove si è fisicamente presenti. Bisogna quindi chiedersi se e come le emozioni alla base della partecipazione prendano forma nei contesti online. Ancora, sarebbe utile comprendere meglio quali caratteristiche delle interazioni online possano favorire un legame e un impegno duraturo nei confronti di un movimento o gruppo che si sviluppa in Rete. Spesso, infatti, le proteste che nascono online hanno dei picchi di elevata visibilità che poi decadono velocemente, fino all'esaurimento e alla vera e propria scomparsa del movimento in breve tempo. Questo è probabilmente connesso anche all'ampia inclusività delle identità collettive che si sviluppano online. Quando manca una chiara e certa definizione del *chi siamo*, è possibile che l'azione collettiva non venga sufficientemente sostenu-

ta e che la vita del movimento stesso sia così di breve durata. Approfondire queste tematiche e sviluppare tali ricerche può anche fornire indicazioni pratiche circa le modalità attraverso le quali strutturare il funzionamento di piattaforme di discussione online, in modo da favorire un coinvolgimento e una partecipazione duraturi da parte degli utenti.

Bibliografia

- Alberici, A. I., & Milesi, P. (in corso di stampa). Online discussion, politicized identity, and collective action. *Group Processes & Intergroup Relations*, doi: [10.1177/1368430215581430](https://doi.org/10.1177/1368430215581430).
- Alberici, A. I., & Milesi, P. (2015). The right thing to do: discussing online and the moral pathway to collective mobilization. Paper presentato al 14° *European Congress of Psychology*, Milano, 7-10 luglio.
- Alberici, A. I., & Milesi, P. (2013). The influence of the Internet on the psychosocial predictors of collective action. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 23, 373-388, doi: 10.1002/casp.2131.
- Alberici, A. I. (2006). *Psicologia sociale dell'azione collettiva: il movimento new global in Italia*. Milano: Vita e pensiero.
- Almond, G. A. & Verba, S. (1995). *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Newbury Park, CA: Sage.
- Barisione, M., Catellani, P., & Garzia, D. (2014). Tra Facebook e i TG. Esposizione mediale e percezione dei leader nella campagna elettorale italiana del 2013. *Comunicazione Politica*, 6, 187-210.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15 (5), 739-768.
- Bentivegna, S. (2002). *Politica e nuove tecnologie della comunicazione*. Roma e Bari: Laterza.
- Brunsting, S., & Postmes, T. (2002). Social movement participation in the digital age: Predicting offline and online collective action. *Small Group Research*, 33, 525-554, doi: 10.1177/104649602237169.
- Catellani, P. (2015). Stili di vita: tra identità, comunicazione e politica globale. *Giornale Italiano di Psicologia*, 42, 439-446.
- Catellani, P. (2011). *Psicologia politica*. Bologna: Il Mulino.
- Claridge, C. (2007). Constructing a corpus from the web. Message boards. In M. Hundt, N. Nesselhauf, & C. Biewer (Eds.), *Corpus linguistics and the web* (pp. 87-108). Amsterdam: Rudopi.
- Coleman, S., & Gotze, J. (2001). *Bowling together: Online public engagement in policy deliberation*. London: Hansard Society.
- De Weerd, M., & Klandermans, B. (1999). Group identification and political protest: Farmers' protest in the Netherlands. *European Journal of Social Psychology*, 29, 1073-1095.
- Drury, J., & Reicher, S. (2010). Collective action and psychological change: The emergence of new social identities. *British Journal of Social Psychology*, 39, 579-604, doi: 10.1348/014466600164642.
- Dubé-Simard, L., & Guimond, S. (1986). Relative deprivation and social protest: The personal-group issue. In J. M. Olson, C. P. Herman, & M. P. Zanna (Eds.), *Relative Deprivation and Social Comparison: The Ontario Symposium* (pp. 201-216). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

- Ellemers, N. (2002). Social identity and relative deprivation. In I. Walker, & H. Smith (Eds.), *Relative deprivation: Specification, development and integration* (pp. 239-264). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Farrell, H. (2012). The consequences of the Internet for politics. *Annual Review of Political Science*, 15, 35-52.
- Folger, R. (1986). A referent cognitions theory of relative deprivation. In J. M. Olson, C. P. Herman, & M. P. Zanna (Eds.), *Relative deprivation and social comparison: The Ontario symposium* (Vol. 4, pp. 217-242). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Goel, S., Mason, W., & Watts, D. J. (2010). Real and perceived attitude agreement in social networks. *Journal of Personality and Social Psychology*, 99, 611-621, doi: 10.1037/a0020697.
- Guimond, S., & Dubé-Simard, L. (1983). Relative deprivation theory and the Quebec nationalist movement: The cognition-emotion distinction and the personal-group deprivation issue. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44 (3), 526-541.
- Habermas, J. (1997). *Fattizität und Geltung, Fatti e norme. Contributi a una teoria discorsiva*. Milano: Guerini e Associati.
- Halpern, D., & Gibbs, J. (2013). Social media as a catalyst for online deliberation? Exploring the affordances of Facebook and YouTube for political expression. *Computers in Human Behavior*, 29, 1159-1168, doi: 10.1016/j.chb.2012.10.008
- Hornsey, M. J., et al. (2006). Why do people engage in collective action? Revisiting the role of perceived effectiveness. *Journal of Applied Social Psychology*, 36 (7), 1701-1722.
- Kelly, C., & Breinlinger, S. (1995). Identity and injustice: Exploring women's participation in collective action. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 5, 41-57.
- Klandermans, B., Van der Toorn, J., & Van Stekelenburg, J. (2008). Embeddedness and identity: How immigrants turn grievances action. *American Sociological Review*, 73, 992-1012.
- Klandermans, B. (1997). *The social psychology of protest*. Oxford: Basic Blackwell.
- Klein, O., Spears, R., & Reicher, S. D. (2007). Identity performance: Extending the strategic side of SIDE. *Personality and Social Psychology Review*, 11, 28-45.
- Kleinke, S. (2008). Emotional commitment in public political Internet message boards. *Journal of Language and Social Psychology*, 27 (4), 409-421.
- Lea, M., Spears, R., & Watt, S. E. (2007). Visibility and anonymity effects on attraction and group cohesiveness. *European Journal of Social Psychology*, 37, 761-773.
- Leach, C. W., Iyer, A., & Pedersen, A. (2007). Angry opposition to government redress: When the structurally advantaged perceive themselves as relatively deprived. *British Journal of Social Psychology*, 46, 191-204.
- Leach, C. W., Iyer, A., & Pedersen, A. (2006). Anger and guilt about in-group advantage explain the willingness for political action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32, 1232-1245.
- Lyon, D. (1997). *L'occhio elettronico. Privacy e filosofia della sorveglianza*. Milano: Feltrinelli.
- Marcoccia, M. (2004). On-line polylogues: conversation structure and participation framework in Internet newsgroups. *Journal of pragmatics*, 36 (1), 115-145.
- Margolis, M., & Resnick, D. (2000). *Politics as Usual: The Cyberspace "Revolution"* (Vol. 6). London: Sage Publications.

- Mazzoni, D., Van Zomeren, M., & Cicognani, E. (2015). The motivating role of perceived right violation and efficacy beliefs in identification with the Italian Water Movement. *Journal of Political Psychology*, 36 (3), 315-330, doi: 10.1111/pops.12101.
- McClurg, S. D. (2003) Social networks and political participation: The role of social interaction in explaining political participation. *Political Research Quarterly*, 56, 448-464.
- McGarty, C., Khalaf, A., Blink, C., Gee, A., & Stone, K. (2007). *Using group-based interaction to boost commitment to oppose prejudice*. Unpublished manuscript. Canberra: The Australian National University.
- McGarty, C., Thomas E. F., Lala, G., Smith, L. G. E., & Bliuc, A. M. (2014). New technologies, new identities, and the growth of mass opposition in the Arab spring. *Political Psychology*, 35, 725-740, doi: 10.1111/pops.12060.
- Milesi, P., & Catellani, P. (2011). The day after an electoral defeat: Counterfactuals and collective action. *British Journal of Social Psychology*, 50 (4), 690-706.
- Min, S. J. (2007). Online vs. face-to-face deliberation: effects on civic engagement. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1369-1387, doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00377.x.
- Mosca, L., & Vaccari, C. (2011). *Nuovi media, nuova politica? Partecipazione e mobilitazione da MoveOn al Movimento 5 stelle*. Milano: Franco Angeli Editore.
- Negroponte, N. (1995). *Being Digital*. London: Hodder & Stoughton.
- Olson, M. (1965). *The logic of collective action: public goods and the theory of groups*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Paxton, P. (2002). Social capital and democracy: an interdependent relationship. *American Sociological Review*, 67, 254-277.
- Polat, R.K. (2005). The Internet and political participation exploring the explanatory links. *European journal of communication*, 20 (4), 435-459.
- Postmes, T., Haslam, S. A., & Swaab, R. I. (2005). Social identity and social influence in small groups: Communication, consensualization and socially shared cognition. *European Review of Social Psychology*, 16, 1-42.
- Postmes, T., Spears, R., & Lea, M. (1999). Social identity, normative content, and «deindividuation» in computer-mediated groups. In N. Ellemers, & R. Spears (Eds.), *Social identity: Context, commitment, content* (pp. 164-183). Oxford, England: Wiley.
- Postmes, T., Spears, R., & Lea, M. (1998). Breaching or building social boundaries? SIDE effects of computer-mediated communications. *Communication Research*, 25, 689-715.
- Price, V., & Cappella, J. N. (2002). Online deliberation and its influence: The electronic dialogue project in campaign 2000. *IT & Society* 1.1, 303-329.
- Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Reicher, S. D. (1987). Crowd behaviour as social action. In J. C. Turner (Ed.), *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford: Basil Blackwell.
- Reicher, S. D. (1984). Social influence in the crowd: Attitudinal and behavioral effects of de-individuation in conditions of high and low group salience. *British Journal of Social Psychology*, 23, 341-350.
- Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (Eds.). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory* (pp. 42-67). Oxford, England: Basil Blackwell.

- Rheingold, H. (1995). *The Virtual Community-Surfing the Internet*. London: Minerva.
- Runciman, W. G. (1966). *Relative deprivation and social justice: A study of attitudes to social inequality in twentieth-century England*. Berkeley: University of California Press.
- Shah, D.V., et al. (2005). Information and expression in a digital age: Modeling Internet effects on civic participation. *Communication Research*, 32, 531-565, doi: 10.1177/0093650205279209.
- Simon, B., & Klandermans, B. (2001). Politicized collective identity: a social psychological analysis. *American Psychologist*, 56, 319-331, doi: 10.1037/0003-066X.56.4.319.
- Simon, B., Loewy, M., Stürmer, S., Weber, U., Freytag, P., Habig, C., & Spahlinger, P. (1998). Collective identification and social movement participation. *Journal of personality and social psychology*, 74 (3), 646-658.
- Smith, H. J., & Ortiz, D. J. (2002). *Is it just me. Relative deprivation: Specification, development, and integration*. Cambridge, ~~England~~: Cambridge University Press.
- Smith, L. G., Thomas, E. F., & McGarty, C. (in corso di stampa). We must be the change we want to see in the world: Integrating norms and identities through social interaction. *Political Psychology*, doi: 10.1111/pops.12180.
- Spears, R., & Lea, M. (1992). Social influence and the influence of the social in computer mediated communication. In M. Lea (Ed.), *Context of computer-mediated communication* (pp. 26-54). Hemel Hempstead, ~~England~~: Harvester Wheatsheaf.
- Spears, R., & Postmes, T. (2015). Group identity, social influence and collective action online: Extensions and applications of the SIDE model. In S. S. Sundar (Ed.), *The Handbook of Psychology of Communication Technology* (pp. 23-46). Oxford: Blackwell.
- Sprull, L., & Kiesler, S. (1986). Reducing social context cues: Electronic mail in organizational communication. *Management Science*, 32, 1492-1512.
- Stromer-Galley, J., & Wachowski, A. (2007). Political discussion online. In R. M. Burnett, M. Stryker, S. Owens & R. W. White (Eds), *Self, identity, and social movements* (Vol. 13). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Stürmer, S., & Simon, B. (2009). Pathways to Collective Protest: Calculation, Identification, or Emotion? A Critical Analysis of the Role of Group Based Anger in Social Movement Participation. *Journal of Social Issues*, 65 (4), 681-705.
- Stürmer, S., & Simon, B. (2004). The role of collective identification in social movement participation: A panel study in the context of the German gay movement. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 263-277, doi: 10.1177/0146167203256690.
- Sunstein, C. R. (2002). On a danger of deliberative democracy. *Daedalus, Journal of the American Academy of Arts and Sciences*, 120-124.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall.
- Tanis, M., & Postmes, T. (2003). Social cues and impressions formation in CMC. *Journal of Communication* (Vol. 53), 676-693.
- Tausch, N., Becker, J., & Spears, R. (2008). Emotion and efficacy pathways to normative and non-normative collective action: A study in the context of student protests in Germany. In *Intra-and Intergroup Processes Pre-conference to the 15th General Meeting of the EAESP* (Invited paper). Opatija, Croatia.

- Tausch, N., et al. (2011). Explaining radical group behavior: Developing emotion and efficacy routes to normative and non-normative collective action. *Journal of personality and social psychology*, 101 (1), 129-148.
- Thomas, E. F., Mavor, K. I., & McGarty, C. (2012). Social identities facilitate and encapsulate action-relevant constructs: A test of the social identity model of collective action. *Group Processes and Intergroup Relations*, 15, 75-88, doi: 10.1177/1368430211413619.
- Thomas, E. F., & McGarty, C. (2009). The role of efficacy and moral outrage norms in creating the potential for international development activism through group-based interaction. *British Journal of Social Psychology*, 48, 115-134, doi: 10.1348/014466608X313774.
- Turner, J. C. (1987). A self-categorization theory. In J. C. Turner, M. A. Hogg, P. J. Oakes, S. D. Reicher & M. S. Wetherell (Eds.), *Rediscovering the social group: A self-categorization theory* (pp. 42-67). Oxford, England: Basil Blackwell.
- Van Stekelenburg, J., & Klandermans, B. (2013). The social psychology of protest. *Current Sociology Review*, 61 (5-6), 886-905, doi: 10.1177/0011392113479314.
- Van Stekelenburg, J., Klandermans, B., & Van Dijk, W. W. (2009). Context matters: Explaining why and how mobilizing context influences motivational dynamics. *Journal of Social Issues*, 65, 815-838.
- Van Zomeren, M., Postmes, T., Spears, R., & Bettache, K. (2011). Can moral convictions motivate the advantaged to challenge social inequality? Extending the social identity model of collective action. *Group Processes Intergroup Relations*, 14 (5), 735-753, doi: 10.1177/1368430210395637.
- Van Zomeren, M., Postmes, T., & Spears, R. (2008). Toward an integrative social identity model of collective action: a quantitative research synthesis of three socio-psychological perspectives. *Psychological Bulletin*, 134, 504-535, doi: 10.1037/0033-2909.134.4.504.
- Van Zomeren, M., Saguy, T., & Schellhaas, F. M. H. (2013). Believing in “making a difference” to collective efforts: Participative efficacy beliefs as a unique predictor of collective action. *Group Processes Intergroup Relations*, 16 (5), 618-634, doi: 10.1177/1368430212467476.
- Van Zomeren, M., & Spears, R. (2009). Metaphors of protest: A classification of motivations for collective action. *Journal of Social Issues*, 65 (4), 661-679.
- Wilhelm, A. (2000). *Democracy in the digital age: Challenges to political life in cyberspace*. New York: Routledge.
- Wojcieszak, M. E. (2011). Computer-mediated false consensus: Radical online groups, social networks and news media. *Mass Communication & Society*, 14, 527-546, doi: 10.1080/15205436.2010.513795.
- Wojcieszak, M. E. (2008). False consensus goes online: Impact of ideologically homogeneous groups on false consensus. *Public Opinion Quarterly*, 72, 781-791, doi: 10.1093/poq/nfn056.
- Wright, S. C., Taylor, D. M., & Moghaddam, F. M. (1990). Responding to membership in a disadvantaged group: From acceptance to collective protest. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 994-1003, doi: 10.1037/0022-3514.58.6.994.