Il gioco della persuasione

Comprendere l'influenza di gruppo

Sara Pizzetti
798295

Relatore: Maresa Bertolo
Correlatore: Ilaria Mariani

Politecnico di Milano
Scuola del Design
Design della Comunicazione
Laurea Magistrale a.a. 2015/2016

Indice

Indice delle figure 6
Introduzione 10
Appendice 170
Bibliografia 182

1. Influenza sociale

Introduzione 15
1.1 Il concetto di gruppo 16
1.2 Il gruppo e l'identità sociale 20
1.2.1 La presentazione di sé 22
1.2.2 Norme di gruppo 27
1.3 Socializzazione al gruppo 28
1.3.1 Ricognizione iniziale 28
1.3.2 Entrare a far parte di un gruppo 29
1.3.3 Iniziazione 30
1.3.4 I ruoli nel gruppo 31
1.4 Modello temporale di socializzazione al gruppo 32
1.4.1 Impegno 35
1.4.2 Self-categorization Theory 35
1.4.3 Identity Theory 36
1.5 Influenza sociale 37
1.5.1 Un problema solo dell'età scolare? 39
1.6 Perché l'individuo si conforma? 41
1.7 Una forza negativa? 43
1.7.1 Mobbing e bullismo 44
1.7.2 La Terza Onda 47
1.8 Una forza positiva? 52
1.8.1 Jamkhed 54
1.8.2 Calculus Club 59
1.8.3 Cups of Tea 60
1.9 Uno strumento neutro 63
1.9.1 Gang 64

2. *Il gioco*

	Introduzione	67
.1	Cosa si intende per “gioco”?	68
2.2	Gioco significativo	72
2.2.1	Il piacere e il flusso	73
2.3	Persuasive Games	78
2.3.1	Papers, Please	81
2.4	Migliorare la realtà	83
2.4.1	Superstruct	85
2.4.2	SuperBetter	87
2.5	Embedded design	90
2.6	Rituale e cambiamento	93
2.6.1	Il cerchio e l’iniziazione	96

3. *Comunicare la pressione sociale*

	Introduzione	101
3.1	Casi studio	102
3.1.1	Norme sociali a confronto	102
3.1.2	Seguire le norme sociali	107
3.1.3	Ingresso nel gruppo	109
3.1.4	Il gruppo e il bullismo	114
3.1.5	Riflessioni	120
3.2	Narrazione	121
3.2.1	Il viaggio dell’eroe	123
3.2.2	Fantascienza	124
3.2.3	Gruppo, gioco, viaggio: il cambiamento	129

4. *Il progetto*

	Introduzione	133
4.1	Obiettivi e destinatari	134
4.1.1	Destinatari	135
4.2	Contesto narrativo	137
4.2.1	Componenti visive	139
4.3	Gameplay	142
4.3.1	Setting	142
4.3.2	Le fasi di gioco	143
4.3.3	Attacco o baratto?	147
4.3.4	Fine partita e vittoria	150
4.3.5	Durata	150
4.4	Materiali di gioco	151
4.4.1	Plancia personale	151
4.4.2	Plancia Mercato	152
4.4.3	Carte Luogo	154
4.4.4	Carte Azione	155
4.4.5	Carte Premio	156
4.5	Playtest	157
4.6	Dalla teoria alla pratica	160
4.6.1	Modello di socializzazione	160
4.6.2	Identità sociale	164
4.6.3	Obiettivo di gruppo e personale	164
4.6.4	Il lato oscuro del gruppo	165
4.7	Sviluppi futuri	167

Indice figure

19	**Figura 1.1**	Illustrazione di Dave Coverly.
24	**Figura 1.2**	Gli esercizi per simulare la propria reazione della protagonista di Nosedive.
26	**Figura 1.3**	Il caffè ordinato solo per la foto da postare online in Nosedive.
34	**Figura 1.4**	Le fasi di socializzazione e le transizioni di ruolo del modello temporale di socializzazione al gruppo di Levine e Moreland (1994).
39	**Figura 1.5**	Calvin e Hobbes.
45	**Figura 1.6**	Frequenza degli episodi di bullismo. Dati riferiti ai 12 mesi precedenti all'intervista. Dati Instat relativi all'anno 2014.
45	**Figura 1.7**	Tipologia degli episodi di bullismo. Dati riferiti ai 12 mesi precedenti all'intervista. Dati Instat relativi all'anno 2014.
48	**Figura 1.8**	Nella pagina seguente, scena dal film *Die Welle* (2008).
50	**Figura 1.9**	Tim, il ragazzo che prima era emarginato, viene difeso da altri del gruppo del film *Die Welle* (2008).
54	**Figura 1.10**	Comprehensive Rural Health Project in Jamkhed (India).

56	**Figura 1.11**	Fasi dell'approccio del CRHP (Comprehensive Rural Health Project) fondato dai coniugi Arole (tratto dal sito, traduzione mia).
58	**Figura 1.12**	Nella pagina seguente il team di lavoro dal sito di Jamkhed. http://jamkhed.org/ [accesso: marzo 2017].
62	**Figura 1.13**	Homepage del sito 7cups [accesso: marzo 2017].
64	**Figura 1.14**	Bus di Delancey Street, un esempio di lavoro fornito dall'associazione.
74	**Figura 2.1**	La rappresentazione dello stato di f lusso.
75	**Figura 2.2**	Nella pagina seguente, le foto di Phillip Toledano parte della sua serie dedicata ai gamers: i suoi ritratti mostrano le espressioni dei giocatori mentre sono concentrati sul gioco.
82	**Figura 2.3**	Immagine dal gioco *Papers, Please* (2016).
84	**Figura 2.4**	Nella pagina seguente le 14 riparazioni della realtà elencate da Jane McGonigal (2011).
88	**Figura 2.5**	Immagini dal gioco *SuperBetter* (2009).
89	**Figura 2.6**	Immagini dal'applicazione *Habitica* (2013).
96	**Figura 2.7**	Il keying di Goffman (1974). (I. Mariani, 2016: 89-90, traduzione mia)
97	**Figura 2.8**	Il cerchio magico e il keying di Goffman (1974). (I. Mariani, 2016: 89-90, traduzione mia)
104	**Figura 3.1**	L'incomprensione di Bodevan nell'interazione con una ragazza in *Captain Fantastic* (2016).
106	**Figura 3.2**	Il contrasto fra Zaja e i due cugini in *Captain Fantastic* (2016).
107	**Figura 3.3**	Presentazione del personaggio di Lynette in *Desperate Housewives* (2004).
107	**Figura 3.4**	Presentazione del personaggio di Gabrielle in *Desperate Housewives* (2004).
108	**Figura 3.5**	Presentazione del personaggio di Bree in *Desperate Housewives* (2004).
108	**Figura 3.6**	Presentazione del personaggio di Susan in *Desperate Housewives* (2004).
110	**Figura 3.7**	Il momento di investigazione in *Mean Girls* (2004).
111	**Figura 3.8**	La trasformazione dello stile avvenuta in Cady in *Mean Girls* (2004), contrasto palese quando paragonato a quello dell'inizio del film (Fig. 3.7).

113	**Figura 3.9**	Nella pagina seguente, il travestimento di Eleven in *Stranger Things* (2016).
114	**Figura 3.10**	Nancy nella festa in piscina in *Stranger Things* (2016).
115	**Figura 3.11**	Mike, Dustin e Lucas con i due bulli della scuola in *Stranger Things* (2016).
115	**Figura 3.12**	I bulli della scuola diventano a loro volta vittime di bullismo da parte del resto della scuola in *Stranger Things* (2016).
115	**Figura 3.13**	Il confronto definitivo contro i bulli permette di sviluppare un legame più intenso nel gruppo in *Stranger Things* (2016).
117	**Figura 3.14**	Nella pagina seguente, lo spot di Android *Sasso, carta, forbice* (2016) contro il bullismo.
118	**Figura 3.15**	Nella pagina precedente "L'unione fa la forza combattiamo i bulli!" Nastro blu in occasione della Giornata Mondiale contro il bullismo appeso davanti a una scuola elementare a Romano di Lombardia.
119	**Figura 3.16**	Scenario in *Fear Not!* (2005).
126	**Figura 3.17**	I marziani arrivano sulla Terra in *Mars Attacks!* (1996).
126	**Figura 3.18**	Figurine del 1962 che hanno ispirato *Mars Attacks!*.
127	**Figura 3.19**	L'alieno infiltrato in *Mars Attacks!* (1996).
128	**Figura 3.20**	Lo svelamento definitivo in *Mars Attacks!* (1996).
140	**Figura 4.1**	*The Complete Book of Space Travel* Albro Tilto Gaul (1956).
140	**Figura 4.2**	*Space Travel* William M Hutchinson (1958).
140	**Figura 4.3**	Confezione di aghi anni Cinquanta.
140	**Figura 4.4**	Nino Nanni per Campari (1958).
140	**Figura 4.5**	Confezione di fiammiferi russa (1959).
141	**Figura 4.6**	*Beyond the International Year of Astronomy Series #4* di Simon Page.
141	**Figura 4.7**	*International year of Astronomy 2009 - #2* di Simon Page.
141	**Figura 4.8**	*The Solar System* di Ash Towel.
141	**Figura 4.9**	*Apollo 13, Houston TX* by justinvg.
144	**Figura 4.10**	Diagramma di f lusso del turno di gioco di un giocatore.
146	**Figura 4.11**	Nella pagina precedente, il setting dei materiali di gioco all'inizio della partita.
149	**Figura 4.12**	Diagramma di f lusso dell'azione di attacco.
152	**Figura 4.13**	Plancia Personale.

153 **Figura 4.14** Nella pagina seguente, la Plancia Mercato.
154 **Figura 4.15** Un esempio di Carta Luogo e il retro della carta.
155 **Figura 4.16** Un esempio di Carta Azione e il retro della carta.
156 **Figura 4.17** Un esempio di Carta Premio e il retro dei tre livelli.
159 **Figura 4.18** Nella pagina successiva, alcuni playtest effettuati.
163 **Figura 4.19** Nelle pagine seguenti, le fasi di socializzazione e le transizioni di ruolo del modello temporale di socializzazione al gruppo di Levine e Moreland (1994) paragonate agli elementi di gioco descritti.

Introduzione

Il gioco della persuasione

L'interesse verso l'argomento è nato da una discussione fra amici riguardo la "peer pressure" come giustificazione di alcuni comportamenti dannosi nell'adolescenza, che è poi sfociata in una riflessione sui possibili rivolti positivi. L'interesse nei confronti dell'argomento personalmente è rinato quando, leggendo *The Power of Habit* di Charles Duhigg (2012), scoprii come l'autore trova nella pressione di gruppo la motivazione per una mobilitazione sociale in supporto a una minoranza. A fronte di questo esempio positivo riguardante l'età adulta ho deciso di affrontare questo argomento nella mia tesi: è possibile dimostrare l'influenza di questa pressione anche in età adulta riuscendo a includere sia gli aspetti positivi sia quelli negativi? L'analisi svolta e il progetto finale sono il risultato di questa esplorazione.

Il punto di partenza di questa tesi è l'analisi dell'influenza sociale tratta dalla letteratura all'interno della psicologia sociale (capitolo 1). L'esplorazione è partita con i componenti essenziali per trattare in modo coerente le dinamiche ricercate nel progetto, dalla definizione stessa di gruppo all'impatto che esso ha sull'identità dell'individuo. Questa analisi si conclude proprio con la riflessione sul valore neutrale dell'influenza sociale con esempi mirati a dimostrare l'ambivalenza del valore di questa influenza, sia positivo, sia negativo. Il protagonista principale di questo capitolo è il gruppo, in quanto fondamentale nella comprensione del tema: i gruppi provvedono al supporto sociale, creando uno schema

di riferimento culturale per guidare il comportamento degli individui. Importante per questa ricerca è il lavoro di Rupert Brown con la sua analisi del gruppo e dell'influenza di quest'ultimo sull'individuo, approfondendo con ricerche che completano la panoramica. La cultura di appartenenza è essenziale nella definizione della percezione delle situazioni e delle relazioni fra individui: è in questa importanza che si capisce il grande peso dell'influenza sociale. Senza capire il gruppo e le sue dinamiche non si può comprendere la pressione del gruppo e quanto sia efficace nel cambiare l'identità stessa dell'individuo.

Il capitolo 2 è dedicato al gioco e alla sua capacità persuasiva. In questo capitolo si trattano alcuni degli argomenti dei Game Studies e del Game Design che sono fondamentali per comprendere le scelte effettuate e per riuscire a individuare la tipologia di gioco. Il progetto si colloca infatti nel campo dei Persuasive Games, più in particolare nei Games for Social Change, e da questi ambiti trae alcune delle modalità con cui veicola il messaggio.

Grazie all'analisi precedente si possono esplorare alcuni esempi di comunicazione delle dinamiche di gruppo all'interno di film e serie tv (paragrafo 3.1), che hanno poi permesso di focalizzarsi sulla scelta dell'ambientazione (paragrafo 3.2). L'ambientazione fantascientifica e la narrazione del gioco sono il risultato di questa analisi, avendo individuato alcune dinamiche da far risaltare durante il gioco e delle modalità per inserirle nella narrazione senza che fossero forzate.

Infine il capitolo 4 si focalizza sull'artefatto di gioco elaborato in seguito all'anlisi svolta (capitolo 4). Oltre alla descrizione del progetto e il gameplay viene presentata una riflessione riguardo il passaggio effettuato dalla teoria descritta nel capitolo 1 alle dinamiche di gioco, motivando le scelte e verificando i risultati dei test di gioco. Questo capitolo si conclude con alcune riflessioni per gli sviluppi futuri, sia per aumentare il numero di giocatori, sia per sfruttare il momento finale di riflessione sul tema dagli esperti del settore.

Per completezza in Appendice sono elencati alcuni dei titoli che maggiormente hanno contribuito allo sviluppo dell'idea, influenzando meccanismi e dinamiche nella progettazione.

1. Influenza sociale

Per affrontare un progetto in modo corretto è necessaria prima un'analisi del tema che si vuole trattare. In questo caso è stato necessario uno studio nel campo della psicologia sociale per approfondire le dinamiche di gruppo alla base dell'influenza sociale. Questa analisi deve molto all'opera di Rupert Brown, *Psicologia sociale dei gruppi* (2005).

Questo capitolo descrive gli argomenti principali di questa mia ricerca, partendo dalla definizione di gruppo (paragrafo 1.1) in quanto componente essenziale. In seguito si affronta l'importanza del gruppo in relazione all'identità personale dell'individuo (paragrafo 1.2) e il processo dell'ingresso in un gruppo di quest'ultimo (paragrafo 1.3 e 1.4) spiegando il modello di Levine e Moreland (1994). A questo punto posso si introduce il concetto di influenza sociale (paragrafo 1.5) e si approfondisce il conformismo dell'individuo (paragrafo 1.6). Si conclude l'analisi con una riflessione sul valore dell'influenza sociale, positivo (paragrafo 1.7), negativo (paragrafo 1.8) o neutro (paragrafo 1.9), fornendo esempi a supporto.

1.1

Il concetto di gruppo

Per poter parlare di gruppo bisogna stabilire quale sia la definizione del termine presa in considerazione, così da inquadrare correttamente l'oggetto preso in esame. La definizione di gruppo qui riportata è frutto dell'analisi di Rupert Brown (2005), e di John D. DeLamater e Daniel J. Myers (2011), i quali a loro volta si fondano sugli studi effettuati in precedenza nel campo della psicologia sociale. Le teorie scaturiscono da un'attenzione focalizzata in particolare su uno degli aspetti del gruppo, spesso dimenticando o approfondendo solo in seguito altre caratteristiche. DeLamater e Myers (2011) forniscono un completamento dell'analisi svolta da Brown (2005) inserendo nella propria definizione aspetti che erano stati esclusi dalla definizione, per quanto oggetto di ulteriore indagine successiva.

Brown parte dall'analisi di definizioni in letteratura sottolineando l'importanza di alcuni aspetti individuati dagli autori da lui indagati, di cui riporto qui una breve panoramica per completezza. Per alcuni teorici l'importanza principale è data da un destino comune degli individui che si traduce in un comportamento simile fra i membri (Campbell, 1958; Lewin, 1948; Rabbie & Horwitz, 1988). In altri casi l'importanza viene data all'esistenza di una struttura formale o implicita di ruoli o status (Sherif & Sherif, 1969).

Una terza scuola di pensiero si concentra sulla presenza dell'interazione frontale fra individui, portando l'attenzione sull'influenza del comportamento dell'individuo in presenza di altri componenti del gruppo (Bales, 1950; Homans, 1950). Le ultime due definizioni sono applicabili soprattutto a gruppi di dimensioni contenute, mentre escludono gruppi di grandi dimensioni come i gruppi etnici, classi sociali o nazionalità. Proprio questo problema ha portato alla proposta di una definizione a partire dalla teoria dell'auto-categorizzazione delle persone (Tajfel, 1981; J. C. Turner, 1982; J. C. Turner, Hogg, Oakes, Reicher, & Wetherell, 1987), per la quale un gruppo esiste quando due o più individui si considerano parte della medesima categoria sociale.

Queste definizioni sono il punto di partenza, ma ignorano ad esempio la validazione del gruppo data dall'essere riconosciuto in quanto tale dall'esterno. Brown propone quindi una sua definizione: "due o più individui accomunati dalla stessa identificazione sociale e la cui esistenza come gruppo è riconosciuta da almeno una terza controparte" (2005: 17). Le varie definizioni sono importanti per analizzare le principali caratteristiche che compongono il gruppo e come punto di partenza dell'analisi. L'importanza data da alcuni teorici all'esistenza di un destino comune permette di fare una distinzione: come sottolineato anche da Brown (2005: 21) un importante aspetto del comportamento di gruppo non è dato dal numero di individui, ma dall'uniformità nelle loro azioni. Uniformità direttamente collegabile all'obiettivo del gruppo e agli sforzi degli individui in quella direzione.

Questa dimensione "compatta" del gruppo è all'origine dell'importanza che esso ha sul comportamento dell'individuo, a prescindere dal carattere o dalla moralità individuali: i gruppi sono una fonte dell'identità sociale degli individui e in quanto tali hanno conseguenze psicologiche anche in assenza degli altri componenti del gruppo. Si tratta di un'influenza pervasiva, capace di persistere nelle sue conseguenze per lungo tempo, stabilendo una sorta di filo conduttore in alcuni comportamenti degli individui che assorbono questi ideali trasformandoli in parte della propria identità (paragrafo 1.2).

In questa tesi ho considerato la definizione di Brown (2005), e DeLamater e Myers (2011) in quanto riassuntive delle caratteristiche importanti del gruppo e si sono rivelate preziose nel guidare la mia ricerca relativa al mondo dei gruppi.

"Il gruppo è un'unità sociale che ha tutte queste caratteristiche:

• ***Appartenenza**. Per essere un membro la persona deve pensare a se stessa come membro del gruppo e deve essere riconosciuta dagli altri componenti del gruppo in quanto tale*

• ***Interazione fra membri**. I membri del gruppo interagiscono, ovvero comunicano e si influenzano fra loro.*

• ***Obiettivi condivisi**. I membri del gruppo sono interdipendenti e hanno bisogno l'un l'altro per il conseguimento dell'obiettivo di gruppo. Il progresso di un membro verso l'obiettivo personale agevola gli altri membri.*

• ***Norme condivise**. I membri del gruppo hanno una serie di aspettative (norme di gruppo) che pongono limiti al comportamento degli individui e ne guidano le azioni."*

(DeLamater & Myers, 2011: 277)

A questa definizione si aggiunge l'osservazione di Brown sul riconoscimento del gruppo in quanto tale dall'esterno, completandola. Un gruppo non è quindi un semplice insieme di individui, ma sistemi organizzati con schemi per regolare le relazioni entro i suoi componenti.
Grazie a questa definizione si riesce a inquadrare meglio il tipo di legami sottesi alle relazioni fra i componenti dei gruppi presi in esame. Non si tratta di gruppi casuali, ma di insiemi strutturati di persone con obiettivi precisi e la volontà di conseguirli insieme. Alcuni gruppi possono iniziare in modo casuale, come colleghi o compagni di classe, ma la vicinanza fisica e la strutturazione delle interazioni sono elementi che possono trasformarli in gruppi dal grande impatto sull'individuo.

Figura 1.1 Illustrazione di Dave Coverly.

1.2

Il gruppo e l'identità personale

Uno degli effetti principali sull'individuo è la grande influenza che il gruppo ha sulla sua stessa identità. L'identità è infatti influenzata da vari fattori: i ruoli ricoperti dall'individuo, il confronto con gli altri, l'identità sociale, i successi o fallimenti e la cultura di provenienza. La nostra identità sociale, ovvero la coscienza di ciò che siamo e ciò che valiamo, è legata alle appartenenze ai gruppi, quindi l'ingresso in un nuovo gruppo ha ripercussioni sulla percezione di noi stessi.
Secondo Turner (1982) il concetto di sé è formato da due elementi: l'identità personale e l'identità sociale. La prima è la descrizione che una persona fornisce di se stessa sulla base di caratteristiche individuali; mentre la seconda è l'insieme degli aspetti di sé che derivano dalla consapevolezza di appartenere a uno o più gruppi, e dal sentimento suscitato da queste appartenenze. L'affiliazione a un gruppo modifica la percezione di sé, stereotipando se stessi e gli altri in base alle caratteristiche degli altri membri dello stesso gruppo. Questa visione funziona anche all'inverso, evitando comportamenti che si considerano caratteristici di un gruppo esterno per sottolineare l'estraneità. Gli individui all'esterno del gruppo vengono considerati come persone dalle caratteristiche uniformi e opposte a quelle del gruppo di appartenenza. Si categorizzano le persone sulla base di elementi quali il sesso, l'etnia, la professione o la religione.

Quando un individuo si definisce membro di un gruppo sociale, le caratteristiche del gruppo stesso diventano standard per i suoi pensieri, sentimenti e azioni (DeLamater & Myers, 2011: 73). Nel momento in cui l'importanza di questo comportamento viene confermata o validata da altri, anche esterni al gruppo, esso diventa parte integrante dell'identità stessa dell'individuo. I processi cognitivi di categorizzazione sociale e di auto categorizzazione conducono a esagerare le similarità e le differenze all'interno del proprio gruppo o fra i gruppi costituendo la base dello stereotipo. Sempre secondo Turner (R. H. Turner & Oakes, 1989), infatti, gli individui utilizzano livelli diversi di astrazione quando categorizzano se stessi: esseri umani (livello sovraordinato), membro di un gruppo (livello intermedio), identità personale (livello personale). Categorizzandosi come componente di un gruppo l'individuo assimila se stesso a quello che viene considerato l'ideale membro del proprio gruppo, portando a una depersonalizzazione del sé: il gruppo rappresenta un'unità sociale strettamente legata all'identità sociale dei membri del gruppo (Attili, 2011: 164).

La consapevolezza di appartenere a un gruppo trasforma l'*io* in *noi*, giungendo a considerare l'appartenenza a un gruppo sociale come parte integrante della propria identità.

> *"Se interiorizziamo le nostre appartenenze ai gruppi come parte del concetto che abbiamo di noi stessi ne deriva che qualsiasi prestigio o valore associato a quei gruppi avrà delle implicazioni per le opinioni che abbiamo circa il nostro valore." (Brown, 2005: 38)*

La reputazione del gruppo stesso ha ripercussioni sullo status sociale degli individui che ne fanno parte, con variazioni a seconda del ruolo all'interno del gruppo stesso. Le differenze di status all'interno del gruppo sono considerate come unità di misura sociale, aiutando l'individuo nel compito cruciale di valutare se stesso. Leon Festinger (1957) analizza questo concetto sviluppando la teoria del confronto sociale, secondo la quale il soggetto, al fine di ottenere una valutazione realistica delle proprie capacità, sceglie soggetti simili per paragonarsi. In questa situazione i diversi ruoli sociali forniscono una classificazione approssimativa delle competenze, permettendo l'osservazione della prestazione di altri individui di simile status. Moreland (1985) ha inoltre dimostrato come i nuovi membri del gruppo subiscano un processo di ridefinizione di sé, con conseguenze anche sul comportamento. Si può osservare questo cambiamento confrontando l'atteggiamento dei nuovi e vecchi membri del gruppo.
Il cambiamento che avviene nell'individuo in relazione al gruppo di appartenenza e la sua importanza nell'identità personale sono uno dei punti essenziali del progetto di tesi.

Il concetto di cambiamento è infatti significativo nel trattare gli effetti dell'influenza sociale in quanto alla base delle dinamiche fra gruppo e individuo. Come spiegato nei capitoli 3 e 4 molti elementi dell'artefatto ludico e le dinamiche da esso create riprendono questo cambiamento dell'individuo.

1.2.1 *La presentazione di sé*

Mentre assumere un'identità di ruolo riguarda adattare il proprio comportamento in relazione a un ruolo nel gruppo, adottare un'identità sociale riguarda, per esempio, modi di vestire, comportamento e modalità di pensiero associati a quella categoria sociale (DeLamater & Myers, 2011: 277). *"Il mantenimento dello status agli occhi degli altri passa anche attraverso azioni calcolate per pilotare la percezione altrui"* (Goffman, 1975: 16). Per assumere o mantenere lo status all'interno del gruppo l'individuo presenta una maschera di sé che considera più desiderabile, o adatta a quel determinato ruolo, al fine di influenzare l'opinione altrui. Alcune maschere, o presentazioni di sé, sono autentiche, portando attenzione su aspetti della propria personalità reali, mentre altre sono tattiche, con l'unico scopo di ottenere una determinata reputazione modificando l'opinione altrui.
Le persone influenzano l'opinione che gli altri hanno di sé con quello che DeLamater e Myers (2011) chiamano *"Tactical Impression Management"*, con varie tecniche:

- Controllo dell'apparenza per enfatizzare la tipologia di persona, quindi scegliere determinati vestiti, abitudini o possedimenti in linea con l'immagine che si vuole dare.
- Influenza dell'opinione altrui tramite conformismo dell'opinione o presentazione selettiva delle proprie caratteristiche.
- Giustificazione di comportamenti devianti dall'idea che vogliono dare di sé, sia cercando di spiegare le motivazioni, sia riallineandosi immediatamente alle norme sociali con le azioni successive. Questa tecnica è usata per sminuire l'importanza del comportamento deviante o cercare di modificarne la percezione altrui.
- Imposizione di ruoli e identità agli altri in modo che si adattino all'identità scelta.

Si trovano così facilmente esempi di persone che comprano oggetti di lusso per dare l'impressione di essere di un livello sociale più alto, o che adottano mode nel vestire che sono caratteristiche di una categoria sociale in cui si vuole entrare a far parte.

È chiaro, quindi, che oltre all'influenza del gruppo sull'individuo, ci sia anche una modifica del comportamento e della visione di sé autonoma della persona stessa, che nasce però dalla volontà di far parte di un gruppo. Il mondo dei social media nella vita di tutti giorni presenta uno specchio di questo bisogno di apparire e piacere. La prima puntata della serie tv *Black Mirror* (Joe Wright, 2016) — *Nosedive* — prende in esame proprio questa situazione, raccontando una moderna favola con morale sull'uso scorretto dei social media. All'interno di questa puntata viene rappresentato lo sforzo continuo della protagonista nella costruzione dell'immagine di sé finalizzata ad essere accettata all'interno di un gruppo sociale più elevato. L'efficacia di questa puntata sta nel non nascondere il fallimento delle strategie della protagonista fin dall'inizio. Si tratta infatti dell'esasperazione di situazioni nelle quali è facile essersi ritrovati, o avere osservato in altri. Questa puntata è incisiva proprio per la facilità di immedesimazione nelle situazioni e nell'empatia dello spettatore nei confronti della protagonista.

Nosedive

Lacie Pond vive in un mondo dove la popolarità di una persona viene valutata da 1 a 5 stelle, giudicando le interazioni e la persona stessa. Ossessionata dal punteggio, vive di falsi sorrisi e atteggiamenti forzati cercando di mantenere il suo punteggio da 4.2. Il desiderio di vivere da sola in una zona esclusiva, lontana dal fratello dal ranking basso, la porta a impegnarsi per alzare il proprio punteggio. L'obiettivo è infatti ottenere il prezzo agevolato dedicato a individui con più di 4.5.

Un invito da un'amica d'infanzia si rivela come un'occasione perfetta: il matrimonio è un evento esclusivo con persone da 4.8 e Lacie lo considera la situazione ideale per alzare il suo punteggi grazie ai voti delle persone di quella cerchia. Purtroppo, fra disguidi e l'ossessione sempre più grave la porta a vedere il proprio rank diminuire sempre di più, fino a farsi togliere l'invito dall'amica proprio per questo motivo a poca distanza dall'evento.

Questo si rivela il punto di non ritorno per Lacie, che si ubriaca prima di invadere il ricevimento attaccando, verbalmente e fisicamente, gli invitati nella sua disperazione. Viene così arrestata e le viene tolta la tecnologia che permetteva il ranking, fra le quali le lenti a contatto che mostravano i numeri accanto alle persone. Sorprendentemente, però, si trova a sorridere in un liberatorio scambio di insulti con un compagno di prigione, lontana dal pericolo del rank.

Figura 1.2 Gli esercizi per simulare la propria reazione della protagonista di Nosedive.

Nosedive presenta una società distopica, dove i social media e i *like* hanno preso il controllo della realtà, creando una forma di commercio basata sulla reputazione nei social network. Un mondo estremizzato e in alcuni aspetti poco realistico dal punto di vista della società, ma che esprime in modo efficace il problema dell'uso estremo dei social media e gli effetti sull'individuo e sulla sua autostima. Alcuni elementi di questa realtà sono presi da fatti reali: esempio possono essere i *blogger* invitati a eventi o pagati per fare pubblicità attraverso i loro mezzi di comunicazione, il cui valore commerciale è stabilito proprio dalla sfera di influenza raggiungibile, con prezzi d'ingaggio in base al numero di seguaci e lettori dei blog.
Nel caso della protagonista di questa puntata lo sforzo di mostrarsi sempre al meglio è evidenziato nella prima parte della puntata, con posture, atteggiamenti e reazioni misurate attentamente in base all'effetto che Lacie vuole ottenere. Il messaggio risulta particolarmente significativo perché si riferisce a situazioni di tutti i giorni dell'individuo protagonista, piuttosto che soffermarsi sul sistema in generale. L'impegno di Lacie nella foto con il caffè che non è nemmeno di suo gusto, il litigio fra i fratelli che sfocia in giudizi negativi e il gossip in ufficio: un'iperbole calata in situazioni di facile immedesimazione.

Se nella vita il crollo della reputazione non sfocia nella prigione, l'allontanamento forzato dai gruppi ha ripercussioni psicologiche gravi (vedi paragrafo 1.8).

Figura 1.3 Il caffè ordinato solo per la foto da postare online in Nosedive.

1.2.2 Norme di gruppo

Nella definizione di gruppo di DeLamater e Myers (2011) presa in analisi in questa tesi viene data importanza alle norme di gruppo, che richiedono una riflessione specifica a riguardo.
Secondo la definizione di Sherif (1969), una norma è una scala di valori che definisce una gamma di atteggiamenti e comportamenti accettabili o meno per i membri di un'unità sociale. Le norme di gruppo tendono a sostituire quelle individuali, per quanto l'osservazione di tali norme possa essere influenzata nel tempo da variazioni di status personale o da cambiamenti nelle norme stesse.

Le norme hanno principalmente due funzioni:

- **Funzioni individuali**: servono come struttura di riferimento utile in situazioni nuove o non strutturate per diminuire il livello di ansia. Funzionano quindi come suggerimenti socialmente accettabili relativi al comportamento da adottare.
- **Funzioni sociali**: servono per coordinare le attività degli individui, per migliorare o mantenere l'identità di gruppo, legandosi con gli obiettivi principali. Un esempio di questa funzione è l'individuazione di un particolare modo di vestire caratteristico, il quale può fornire un'identificazione sia del gruppo sia della funzione dell'individuo al suo interno.

Le norme riflettono i modi di pensare e agire accettati dal gruppo, concordati fra i membri in quanto appropriati, che ogni individuo deve seguire. Può succedere che le norme vengano rinforzate con punizioni e ricompense, ma la modalità di imposizione più efficace sta nell'osservazione del comportamento degli altri membri del gruppo, al quale l'individuo tende a conformarsi per desidero di appartenenza.

1.3

Socializzazione al gruppo

Quando un individuo entra a far parte di un gruppo entrambi subiscono adattamenti, che iniziano in realtà nella fase precedente l'ingresso. Per identificare i cambiamenti in entrambe le parti Levine e Moreland (1994) propongono il *modello temporale della socializzazione al gruppo,* per scandire le varie fasi delle dinamiche interne in relazione all'individuo. Questo modello si basa sull'assunto che i cambiamenti che si verificano nel tempo nei sono dovuti alla loro mutua influenza. La descrizione completa di questo modello si trova nel paragrafo 1.4.
Le tre fasi principali per diventare membro effettivo sono la ricognizione iniziale del gruppo, i cambiamenti nel concetto del sé, e l'iniziazione (Brown, 2005: 34).

1.3.1 *Ricognizione iniziale*

Prima di entrare in un gruppo c'è una fase di ricognizione, ovvero l'individuo indaga i gruppi dei quali vorrebbe entrare a far parte. Alcuni gruppi non possono essere scelti, ma si è associati per motivi biologici o culturali (ad esempio il sesso, la classe sociale o il luogo di nascita); le considerazioni qui presenti sono da considerare riguardo gruppi che richiedono una scelta consapevole dell'individuo.

La scelta del gruppo secondo Levine e Moreland (1994) avviene tramite "massimizzazione dei profitti e minimizzazione dei costi". Tra i fattori che determinano questa scelta ci sono le passate esperienze con gruppi simili, che definiscono precedenti ai quali fare affidamento per prevedere la buona riuscita della relazione.
Uno dei problemi principali in questa fase è la valutazione adeguata delle conseguenze dell'appartenenza al gruppo — che cerca di mostrarsi nella miglior luce possibile, in modo non sempre onesto invalidando la ricognizione iniziale dell'individuo. Hogg (1992) aggiunge la valutazione del membro ideale del gruppo: un fattore determinante è infatti la somiglianza dell'individuo a quello che percepisce come membro ideale del gruppo, o la sua volontà di apparire simile ad esso. Questo modello ideale, ma soprattutto la volontà di essere visto come questo membro ideale, rende ancora più attraenti i gruppi. Un individuo potrebbe desiderare di entrare a far parte di un gruppo solo per essere visto dagli altri come possessore di caratteristiche che considera comuni a tutti i componenti, cambiando il suo atteggiamento e l'identità ancora prima di entrarvi.

1.3.2 *Entrare a far parte di un gruppo*

Come già anticipato l'identità sociale, la conoscenza di ciò che si è e di quanto si vale, è legata all'appartenenza ai gruppi e questo influenza l'autostima personale.
Le conseguenze sull'autovalutazione e sull'autostima sono state dimostrate da Zander, Stotland e Wolfe (1960), che hanno analizzato l'influenza sul concetto di sé in base ai fallimenti e ai successi del gruppo. Dato che la nostra identità è fortemente influenzata dai gruppi dei quali facciamo parte, il valore o prestigio associato ai gruppi ha delle forti conseguenze sull'autostima dell'individuo. Un esempio possono essere i tifosi di sport che tendono a parlare al plurale in caso di vittoria della propria squadra del cuore, mentre tendono a parlare in terza persona in caso di sconfitta. Questo significa che l'ingresso, o anche solo la volontà di entrare un nuovo gruppo è un momento delicato, in cui inizia una sorta di ridefinizione di se stessi. Anche per questo motivo la transizione tende a essere un momento importante per l'intero gruppo, non solo per l'individuo.

1.3.3 *Iniziazione*

L'inserimento nel gruppo è accompagnato spesso da una cerimonia o rituale (Moreland & Levine, 1982), che può consistere in un trattamento favorevole o un'esperienza spiacevole.
Questa iniziazione ha tre funzioni principali:

- **Funzione simbolica**: valida sia per l'individuo che per il gruppo stesso, in quanto favorisce il processo di transizione d'identità del nuovo membro, mentre per il gruppo è un mezzo per ridefinire i propri confini e caratteristiche.
- **Momento di apprendistato**: l'individuo apprende le norme del gruppo e le competenze necessarie.
- **Suscitare lealtà**: in caso di trattamenti favorevoli l'iniziazione produce un senso di gratitudine; in caso di esperienza dolorosa o faticosa rende più positiva la valutazione a ingresso avvenuto.

L'iniziazione può essere un'esperienza positiva o negativa, ma di grande impatto in entrambi i casi. Le esperienze negative sono state oggetto di studio di Aronson e Mills (1959) che basandosi sulla teoria della dissonanza cognitiva di Festinger (1957) cercano di trovarne una giustificazione. Secondo questa spiegazione l'esperienza spiacevole nell'introduzione al gruppo riduce la percezione di elementi negativi quando l'individuo diventa parte del gruppo.

> *"Il bisogno di coerenza cognitiva non si limita a far sì che le nostre valutazioni emotive siano in equilibrio le une con le altre, e che siano congruenti con le nostre cognizioni. Esso ci spinge anche a mettere in atto dei comportamenti consoni con quello che pensiamo e con quello che proviamo; ovvero, noi cerchiamo di mantenere una coerenza di base tra cognizioni, affetti e comportamenti." (Attili, 2011: 118)*

Quando un individuo compie un'azione verso la quale ha opinioni contraddittorie si crea una dissonanza, uno squilibrio cognitivo che procura una sorta di eccitamento spiacevole. In questa situazione l'individuo cerca di modificare uno dei due fattori in conflitto: essendo impossibile modificare la situazione — come per esempio l'iniziazione al gruppo — cambierà la propria valutazione emotiva o credenza, arrivando a distorcere le opinioni più razionali (Attili, 2011).

L'iniziazione negativa rende il gruppo più attraente perché la differenza fra le due esperienze provoca una dissonanza, e per diminuirla l'individuo modifica la sua percezione del gruppo, giudicandolo sufficientemente positivo da giustificare l'impegno e sofferenza, in quanto l'iniziazione è troppo forte per essere dimenticata.

Per quanto le autorità cerchino di controllare queste tradizioni, esse sono una parte integrante del sistema di quei gruppo, rendendo vani questi tentativi. Sono famose per esempio le iniziazioni in ambiente militare, o nelle università americane.

1.3.4 *I ruoli nel gruppo*

Secondo la definizione di Sherif (1969) riportata da Brown (2005) la struttura del gruppo è una rete indipendente di ruoli e status gerarchici, che si riferiscono a modelli di comportamento prevedibili associati alle posizioni assunte nel gruppo dagli individui.

Questa differenziazione dei ruoli è un elemento diffuso nei gruppi e svolge tre funzioni principali (Brown, 2005):

- **Divisione del lavoro**: il conseguimento dello scopo del gruppo risulta agevolato dalla divisione dei compiti in modo da non sovraccaricare gli individui. Proprio per questo motivo a volte questi ruoli possono variare in base alla situazione affrontata dal gruppo.
- **Ordinamento**: i diversi ruoli implicano delle aspettative sul comportamento proprio e altrui, disciplinando la vita del gruppo.
- **Creazione di un'identità**: definire un ruolo preciso per l'individuo è un elemento chiaro per la definizione dell'identità dell'individuo legata all'appartenenza al gruppo.

La differenziazione del ruolo di un individuo crea all'interno del gruppo una gerarchia di status, legata proprio alle differenti aspettative delle competenze di un determinato ruolo.
L'influenza sul comportamento dello status viene affrontato nella teoria degli stati di aspettativa (Berger & Zelditch, 1985): quando un gruppo è impegnato in un compito, la maggior parte dei membri sviluppano delle aspettative sulle abilità specifiche dei loro compagni. Queste aspettative servono per fornire dei punti di riferimento per orientare la condotta successiva.

1.4

Modello temporale di socializzzazione al gruppo

Questo modello, sviluppato da Levine e Moreland (1994) esplora i processi psicologici alla base della socializzazione al gruppo: valutazione, impegno e transizione di ruolo. L'appartenenza a un gruppo è composta da più fasi separate tra loro da transizioni di ruolo, ovvero cambiamenti nei ruoli dei soggetti nei gruppi, con negoziazioni fra il gruppo e l'individuo.

Il modello è applicabile a gruppi scelti dagli individui, con interazioni dirette fra i componenti e di media o lunga durata. Esempi applicabili sono gruppi di lavoro, squadre sportive o associazioni studentesche, ma può essere applicata anche a gruppi legati da una passione o da interazioni ripetute nel tempo negli stessi luoghi. La schematizzazione proposta di seguito (Fig. 1.4) riassume i punti salienti del modello. Resta da intendere come schema ideale, che non prevede le naturali eccezioni e irregolarità che possono verificarsi all'interno di un gruppo.

Nella fase di **Investigazione** il gruppo recluta cercando individui che possano aiutare nel conseguimento dell'obiettivo comune, mentre l'individuo cerca gruppi che possano contribuire alla soddisfazione di bisogni personali. Se il livello di impegno sale verso il rispettivo criterio di ingresso, avviene la transizione di ruolo di *Ingresso* e l'individuo diventa un nuovo membro.

Successivamente avviene la fase di **Socializzazione** in cui il gruppo cerca di cambiare l'individuo per avvicinarlo al membro ideale per raggiungere il proprio scopo, se ha successo l'individuo viene assimilato. L'individuo, a sua volta, cerca di cambiare il gruppo per aumentare la possibilità di soddisfare bisogni personali, se ha successo il gruppo accomoda l'individuo. Se il livello di impegno di entrambe le parti supera il loro rispettivo criterio di *Accettazione*, l'individuo viene accettato nel gruppo.

A questo punto c'è la fase di **Mantenimento**, dove il gruppo e l'individuo cercano di trovare un ruolo specializzato per l'individuo con lo scopo di aumentare il contributo di entrambi verso i rispettivi obiettivi. Se la negoziazione ha successo il livello di impegno sia del gruppo che dell'individuo è alto; in caso contrario, ovvero l'impegno è al di sotto del criterio di *Divergenza*, l'individuo diventa membro marginale.

Infine entrambe le parti cercano di riportare il contributo dell'individuo a livelli accettabili, entrando nella fase di **Risocializzazione**. Se il livello di impegno torna al di sopra del criterio di *Divergenza*, l'individuo torna membro a pieno titolo. Questo passaggio avviene raramente, più comune è il caso in cui il livello d'impegno di entrambe le parti scende al rispettivo criterio di *Uscita* e l'individuo esce dal gruppo diventando un ex-membro.

L'individuo non fa più parte del gruppo, ma entrambe le parti continuano la loro relazione influenzandosi a vicenda. Il gruppo ricorda il contributo dell'individuo e quei ricordi diventano parte della tradizione del gruppo, mentre l'individuo allo stesso modo ricorda l'aiuto del gruppo ai suoi bisogni personali. Questa fase è denominata **Ricordo**.

	Fasi di socializzazione	*Transizioni di ruolo*
1	**Investigazione** (reclutamento, esplorazione)	
		Ingresso *Impegno > Criterio di Ingresso* *(nuovo membro)*
2	**Socializzazione** (accomodamento, assimilazione)	
		Accettazione *Impegno > Criterio di Accettazione* *(membro a pieno titolo)*
3	**Mantenimento** (negoziazione del ruolo)	
		Impegno > Criterio di Divergenza *(resta membro a pieno titolo)*
		Divergenza *Impegno > Criterio di Divergenza* *(membro marginale)*
4	**Risocializzazione** (accomodamento, assimilazione)	
		Convergenza *Impegno > Criterio di Divergenza* *(torna membro a pieno titolo)*
		Uscita *Impegno > Criterio di Uscita* *(ex-membro)*
5	**Ricordo** (tradizione, ricordo)	

1.4.1 Impegno

L'impegno dipende dal processo di valutazione: se aumenta la percezione di guadagno, gruppo e individuo sono più impegnati reciprocamente e si attivano sentimenti positivi che a loro volta stimolano a lavorare di più e a rendere più saldi i legami di gruppo. Finché l'individuo e il gruppo considerano il guadagno dalla loro relazione più alto di eventuali relazioni alternative, l'impegno tende a essere alto.
L'impegno varia nel tempo per vari motivi, compreso l'accumulo di memorie riguardo a relazioni passate, sviluppi nelle relazioni attuali e la variazione di aspettative da entrambe le parti. Riguardo l'impegno Levine e Moreland stessi forniscono altre due teorie rilevanti per approfondirne il concetto espresso nel loro modello (1994: 312), espresse nei paragrafi 1.4.2 e 1.4.3.

1.4.2 Self-categorization Theory

La teoria dell'auto-categorizzazione non spiega direttamente l'impegno, ma suggerisce spunti interessanti sia per il modello di Levine e Moreland, sia per i concetti analizzati in questa tesi. Questa teoria viene citata in varie opere (Hogg & McGarty, 1990; J. C. Turner et al., 1987) e sottolinea come l'impegno dipenda da giudizi espressi in base alla vicinanza dell'individuo a quello che viene chiamato "prototipo ideale di membro del gruppo", ovvero l'immagine mentale del tipo di persona che rappresenta le caratteristiche che rendono unico il gruppo.
L'impegno del gruppo nei confronti dell'individuo dipende dalla somiglianza a questo modello ideale, mentre l'impegno individuale dipende da quanto questa persona si sente vicina ad esso, o forse dall'idea che ne ha in base all'osservazione dei membri del gruppo (Levine & Moreland, 1994: 312). Quindi la persona crea uno stereotipo del componente ideale del gruppo e adatta il suo comportamento riferendosi ad esso.

Secondo questa teoria l'impegno varia nel tempo in base ai cambiamenti di questo modello ideale di individuo, causate da cambi di gerarchia interni o della categorizzazione sociale del gruppo. Queste variazioni possono anche dipendere dalla scoperta degli individui che gli appartenenti al gruppo hanno caratteristiche differenti dal prototipo che si era immaginato, che risulta in un adattamento a queste nuove caratteristiche o alla ricerca di un altro gruppo affine a quelle ricercate.

Figura 1.4 Nella pagina precedente, le fasi di socializzazione e le transizioni di ruolo del modello temporale di socializzazione al gruppo di Levine e Moreland (1994).

1.4.3 *Identity Theory*

Altra prospettiva sull'impegno viene analizzata tramite la teoria dell'identità avanzata da Stryker (Stryker, 1968; Stryker & Serpe, 1982; Stryker, 1987; Wells & Stryker, 1988). Secondo questa teoria le persone internalizzano il proprio ruolo come identità e il loro impegno nei confronti di questa identità dipende dal numero, intensità e valore delle relazioni che andrebbero perse se non avessero più quel ruolo all'interno del gruppo (Levine & Moreland, 1994: 312). Quanto più viene percepita una potenziale perdita, quanto più aumenta l'impegno della relazione fra l'individuo e il gruppo.
Anche secondo questa teoria il motivo principale della variazione dell'impegno riguarda i cambi all'interno della gerarchia del gruppo, perché alterano il numero, l'intensità e il valore delle relazioni interne.

1.5

Influenza sociale

Questo percorso di analisi del gruppo ha portato all'evidenziazione costante dell'influenza che il gruppo ha sugli individui che lo compongono, o che vorrebbero farne parte.
L'influenza sociale avviene quando il comportamento di una persona forza un'altra persona a cambiare opinione o fare un'azione lontana dal suo comportamento abituale. Questo meccanismo può avvenire attraverso persuasione, uso di minacce o promesse e esercizio di autorità (DeLamater & Myers, 2011). Il cambiamento avviene nei giudizi, nelle opinioni e negli atteggiamenti di una persona o di un gruppo durante l'esposizione a giudizi e opinioni di altri individui o gruppi.

"Più in generale sono state raccolte prove convincenti a favore dell'ipotesi che il gruppo dei pari eserciti un'influenza pari se non maggiore a quella dei genitori e della famiglia sullo sviluppo, sugli atteggiamenti e sul comportamento dei bambini."

(Harris, 1995, in Brown 2005: 65).

1.5.1 *Un problema solo dell'età scolare?*

Per quanto l'influenza sociale sia qualcosa di particolarmente evidente nell'adolescenza, cui abitualmente si fa riferimento con espressioni come pressione dei pari o pressione sociale, è importante far risaltare l'importanza che ha nell'età adulta.
L'età scolare è fondamentale nella formazione della capacità di resistenza all'*influenza di gruppo*, ed è infatti per questo motivo che molte associazioni si rivolgono a questo target: esempi si possono trovare in siti dedicati come nobullying.com o in progetti a livello nazionale dedicati alla sensibilizzazione contro il bullismo e i comportamenti nocivi in periodo scolare. Considerata l'importanza di questa fascia d'età è comprensibile come la pressione del gruppo sia legato ad essa, ma va sottolineato come la fascia d'età adulta non ne sia immune e senza una sensibilizzazione questi fenomeni possono passare inosservati.

> *"Data from four ethnically and socioeconomically diverse samples comprising more than 3,600 males and females between the ages of 10 and 30 were pooled from one longitudinal and two cross-sectional studies.* ***Results show that across all demographic groups, resistance to peer influences increases linearly between ages 14 and 18. In contrast, there is little evidence for growth in this capacity between ages 10 and 14 or between 18 and 30.***
>
> *Middle adolescence is an especially significant period for the development of the capacity to stand up for what one believes and resist the pressures of one's peers to do otherwise."*
> *(Steinberg & Monahan, 2007, enfasi mia)*

Figura 1.5 Calvin e Hobbes.

Per quanto sia corretto sensibilizzare riguardo il peso dell'influenza sociale nell'età compresa fra 14 e 18 anni, quando cioè si forma la resistenza ad essa, non è meno importante rivolgersi a target di età superiore, in quanto l'individuo continua a subire l'influenza del gruppo, nonostante la sua resistenza a questa pressione non subisca variazioni. Proprio questa mancanza di variazione rende importante la sensibilizzazione, perché riconoscere questo fenomeno può aiutare quando l'effetto è negativo nei confronti dell'individuo.
L'espressione "pressione sociale" evoca problemi adolescenziali, ma questo non significa che la sua influenza non arrivi a toccare anche l'età adulta.

1.6

Perché l'individuo si conforma?

Gli esseri umani hanno una tendenza naturale a conformarsi con l'opinione e il comportamento del gruppo di appartenenza, fino ad assumere comportamenti volontariamente differenti dalle proprie convinzioni individuali. Come si è già visto illustrando la teoria della dissonanza di Festinger (1957), l'individuo trova il modo di giustificare questi comportamenti a se stesso e ad altri, ma cosa lo spinge?

Bisogna iniziare considerando una differenza fra due tipologie di conformismo (Attili, 2011: 201):

- *Conformismo pubblico o acquiescenza*, quando ci si conforma agli altri perché viene chiesto, senza però credere realmente in quello che si fa o dice.
- *Adesione interiore o internalizzazione delle norme*, quando i giudizi dei comportamenti altrui guidano i nostri, perché accettiamo il giudizio altrui e prendiamo come modello gli atteggiamenti e le opinioni di chi ci circonda.

Nel primo caso il conformismo è solo superficiale, con lo scopo di evitare la punizione o il ridicolo causati dall'eventuale disobbedienza, ma è nel secondo caso che si attua un vero e proprio cambiamento interiore, accettando le norme e i comportamenti come propri. Il nostro bisogno intrinseco di essere parte di un gruppo, di essere accettati, dà alle altre persone il potere di influenzare i nostri giudizi, opinioni e la nostra percezione della società.

Accettare il giudizio degli altri significa conformarsi alla maggioranza sulla base dell'ipotesi che gli altri abbiano più informazioni di noi. È l'influenza dell'informazione, detta *pressione informazionale*, che porta gli individui ad accettare le opinioni del proprio gruppo. Avendo stabilito l'importanza del gruppo per lo sviluppo dell'individuo, è evidente come per evitare la derisione e il rifiuto degli altri ci si conforma all'opinione della maggioranza. In questo caso si definisce *pressione normativa* (Attili, 2011: 206). L'*influenza normativa* si basa quindi sul desiderio di accettazione dell'individuo, mentre l'influenza dell'informazione risulta dall'impegno di altri nel convincerci della loro opinione. Se l'individuo non si conforma al gruppo, saranno gli altri componenti a fare pressioni per ottenere un'adesione ai valori, anche solo emarginando gli individui che non seguono le norme.

Nella sua analisi Attili (2011: 207) elenca quattro spinte motivazionali del conformismo:

- Desiderio di compiere un'azione efficace;
- Bisogno di costruire e mantenere relazioni;
- Bisogno di gestire il concetto di sé;
- Bisogno di capire.

L'individuo può conformarsi al gruppo, per esempio, per facilitare un lavoro, per guadagnare l'approvazione o per evitare di sentirsi diverso dagli altri.

1.7

Una forza negativa?

Dalla descrizione di influenza sociale appena illustrata è evidente come con un impatto così importante sulla identità dell'individuo e sulle sue decisioni, essa abbia il potenziale per essere considerata un problema sociale.
Il bisogno di appartenenza e il desiderio di essere apprezzati può portare gli individui ad assumere comportamenti forzati, con l'unico obiettivo l'ingresso o il mantenimento dello status in un gruppo. Questo può portare anche a comportamenti dannosi per l'individuo o ad accettare di fare azioni o esprimere opinioni solo per ricevere giudizi favorevoli dal gruppo. Anche il mancato intervento in situazioni di comportamenti scorretti per evitare l'esclusione del gruppo sociale, presunta o tale, è una forma di influenza sociale.

Numerosi studi hanno confermato il collegamento fra l'influenza sociale — qui definita spesso come *peer pressure*, o pressione dei pari — e il numero di fumatori o consumatori di alcool in giovane età (Dielman, Campanelli, Shope, & Butchart, 1987; Santor, Messervey, & Kusumakar, 2000; Simons-Morton, Haynie, Crump, Eitel, & Saylor, 2001).

Uno studio sull'ostracismo (Williams, 2007) — l'allontanamento forzato da gruppi — indica che questa esperienza è stressante e può portare alla depressione, pensieri confusi fino ad aggressività. La persona ostracizzata si trova in una situazione di miseria, dolore e stress che causano tristezza e rabbia. Le persone che sono membri accettati di gruppi tendono a essere più felici, ma nel momento in cui sono rifiutate possono arrivare subire importanti conseguenze psicologiche fino a casi di depressione o stress.

L'ostracismo può generare varie risposte:

- desiderio di tornare a essere inclusi nel gruppo, rendendosi più suscettibili all'influenza sociale e all'attenzione altrui,
- atteggiamenti antisociali e aggressivi,
- stato di insensibilità,
- allontanamento dalla situazione.

Questo significa anche che nel momento in cui l'individuo, o il gruppo, percepisce una reale o immaginata possibilità di ostracismo può correggere il suo atteggiamento in modo da aumentare il suo status sociale.

1.7.1 *Mobbing e Bullismo*

A volte il target della pressione sociale non si rende conto di quanto sta accadendo, mentre in altre situazioni ne è consapevole, ma senza la possibilità di impedirlo.
Il primo esempio può essere il fenomeno del bullismo: con questo termine ci si riferisce a *"un comportamento offensivo, intimidatorio, malizioso, insultante o umiliante, derivato dall'abuso di potere o autorità (spadroneggiamento), che giunge a minacciare psicologicamente un individuo o un gruppo di persone"* (Favretto, 2005). Secondo i dati che l'Istat ha raccolto nel 2014 conducendo un'indagine sul bullismo[1] poco più del 50% dei ragazzi compresi fra 11 e 17 anni ha subito qualche episodio di bullismo nei 12 mesi precedenti (Fig. 1.6). La cadenza di questi atti per il 19,8% è ripetuta più volte al mese, mentre per il 9,1% la cadenza è regolarmente settimanale, anche più volte nella stessa settimana (Fig. 1.7).

Le azioni vessatorie possono essere classificate in due categorie: dirette o indirette, ulteriormente divise in attacchi verbali e attacchi fisici. Nel primo caso c'è un attacco frontale tra bullo e vittima, quindi violenze fisiche, sottrazione di beni o insulti, azioni insomma volte a svilire la vittima provocando sofferenza e vergogna.

1 Fonte dati Istat 2015 http://www.istat.it/it/archivio/176335 [accesso: marzo 2017]

Ragazzi e adolescenti di 11–17 anni che hanno subìto episodi di bullismo

Frequenza

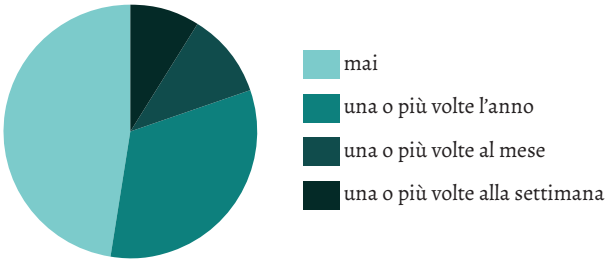


Figura 1.6 Frequenza degli episodi di bullismo. Dati riferiti ai 12 mesi precedenti all'intervista. Dati Instat relativi all'anno 2014.

Tipologia

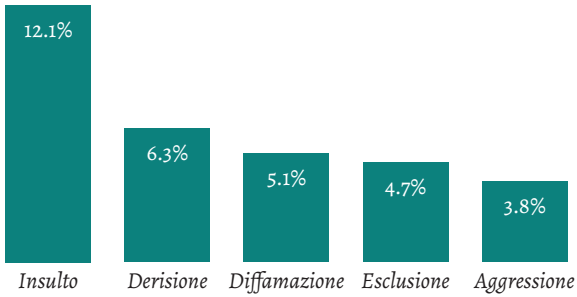


Figura 1.7 Tipologia degli episodi di bullismo. Dati riferiti ai 12 mesi precedenti all'intervista. Dati Instat relativi all'anno 2014.

Le azioni indirette non sono invece visibili, perché manca il contatto diretto fra vittima e bullo, quindi possono essere l'esclusione fisica dalle attività del gruppo o la diffamazione con pettegolezzi e calunnie.
Come già detto in precedenza, però, il meccanismo dell'influenza sociale non è dominio esclusivo dell'età adolescenziale, per quanto sia più frequente sentirne parlare in quella fascia d'età. Meccaniche simili a quelle del bullismo si trovano in età adulta nel fenomeno del *mobbing*:

> *"[...] tutte quelle azioni compiute ripetutamente sul posto di lavoro da una o più persone ai danni di uno o più lavoratori, e finalizzate a ridurre questi ultimi in una situazione di emarginazione e isolamento, fino all'esclusione dal mondo del lavoro. Le azioni possono assumere la forma di comportamenti aggressivi (verbali e non) e, in genere, di violenze psicologiche protratte nel tempo." (Favretto, 2005: 14)*

Adottando meccanismi simili al bullismo, il gruppo individua un membro contro il quale agire per portarlo ad allontanarsi, usando pressioni psicologiche e aggressioni. Gli attori principali di queste azioni sono tre: il *mobber,* la vittima — detta anche *mobbizzato* — e infine il *side mobber,* ovvero lo spettatore che diventa complice per la volontà di non intervenire. Anche per il mobbing vale la distinzione fra diretto e indiretto.
Le azioni svolte dal mobber sono divisibili in cinque categorie: attacchi ai contatti umani, isolamento sistematico, cambiamento delle mansioni, attacchi contro la reputazione e violenza o minacce di violenza (Favretto, 2005). Andando ad osservare la figura del side mobber, si trova un caso non scontato di influenza sociale: la persona in questione non vuole diventare oggetto delle azioni del mobber per non intaccare la propria reputazione nel gruppo. Questo a porta a ignorare le situazioni, o persino a parteciparvi, nonostante eventuali dubbi personali sull'eticità delle azioni. In questo caso le ripercussioni per l'intervento possono andare da un semplice calo di status fino al diventare vittima del mobbing a sua volta.

Si può considerare quindi il mobbing una versione del bullismo in età adulta? Meccanismi e risultati simili portano a dire di sì, per quanto la letteratura a riguardo si impegni a fare la distinzione fra i due fenomeni: nel caso specifico si fa riferimento alla trattazione di Favretto (2005) sul mobbing che prende in considerazione anche il bullismo.

> *"È importante, invece, fare chiarezza sui due termini, poiché, pur avendo una base comune, essi si riferiscono a situazioni diverse: il mobbing riguarda esclusivamente l'ambito lavorativo, mentre il bullying è legato al mondo scolastico-giovanile." (Favretto, 2005: 32)*

Continuando la sua analisi, Favretto sottolinea le differenze fra i due fenomeni principalmente nell'età, osservando che il bullismo sfocia più sovente nelle azioni violente rispetto al mobbing, proprio per l'età degli attori in questione. Ciò non esclude, quindi, che i meccanismi siano essenzialmente identici, con un uso dei meccanismi di gruppo con scopi dannosi nei confronti di un individuo o gruppo considerati inferiori.

1.7.2 *La Terza Onda*

La Terza Onda (*The Third Wave*) è un esperimento sociale improvvisato da un professore di storia contemporanea della Cubberley High School di Palo Alto nel 1967, con l'obiettivo di dimostrare le ragioni del successo del nazismo. Il professore Ron Jones, trovandosi a non essere in grado di spiegare ai suoi studenti il fascino del nazismo, dà vita all'esperimento per farlo comprendere agli studenti. Questa decisione gli sfugge dal controllo a pochi giorni dall'inizio, tanto che non ha avuto il coraggio di parlarne per anni (Jones, 1991).

Il racconto ispirò in seguito il libro *The Wave* del 1988 e il film tedesco *Die Welle* del 2008, dove il regista cambia alcuni avvenimenti proprio per sottolineare la pericolosità dell'esperimento svolto senza controllo. Le reazioni degli studenti descritte e le fasi del movimento illustrano in modo efficace i meccanismi più dannosi che si instaurano in un gruppo. Questo "esperimento" è infatti utile per comprendere l'impatto del gruppo e soprattutto la forza dei meccanismi psicologici dell'influenza sociale. Per quanto utile come esempio non lo considero un vero e proprio esperimento: sia per le questioni etiche di un professore che inizia in autonomia un'iniziativa di questo genere su un gruppo di adolescenti sotto la sua responsabilità, senza interromperla nonostante i numerosi segnali preoccupanti che riceve; sia per la mancanza di un procedimento strutturato e scientifico, aspetto ammesso ripetutamente anche dal professore stesso, che non permette di avere come risultato dati analizzabili. Questa iniziativa dura cinque giorni in totale, compresi gli ultimi due in cui l'insegnante cerca gradualmente di interrompere il suo esperimento: i meccanismi del gruppo si sviluppano quindi in meno di tre giorni, coinvolgendo anche persone all'esterno della classe che quindi non sono parte dell'eventuale gruppo preesistente.

Figura 1.8 Nella pagina seguente, scena dal film Die Welle (2008).

Il primo giorno Jones introduce il concetto di disciplina, partendo con concetti semplici come la postura corretta fino a stabilire uno standard da mantenere sia all'interno della classe, sia al all'esterno. La disciplina viene stabilita con un sistema di ripetizione e simulazione, con riconoscimento e premiazione del comportamento corretto.

Il secondo giorno introduce il valore della comunità e si instaura un saluto esclusivo del gruppo (Fig. 1.8), il nome e il motto ufficiale.

> *"The students began to look at each other and sense the power of belonging. Everyone was capable and equal. They were doing something together. We worked on this simple act for the entire class period. We would repeat the mottos in a rotating chorus." (Jones, 1991: 58)*

Qui gli studenti iniziano a interiorizzare il gruppo nella propria identità: il movimento assume i tratti di un gruppo esclusivo, visibile e riconoscibile dall'esterno da elementi caratteristici come il saluto o la divisa.

Nel terzo giorno diversi studenti si sono aggiunti al movimento, allargandosi per accogliere ragazzi da tutta la scuola. In questa giornata il professore inizia a dare compiti specifici, specializzando ogni persona. Dall'individuo che tiene traccia dei membri, alla persona responsabile del reclutamento anch'esso strutturato, dalla sicurezza impegnata a tenere fuori dalla classe gli esterni, al responsabile del controllo del comportamento dei membri. Un alunno si propone persino come guardia del corpo del professore, accompagnandolo per tutta la scuola. Il movimento sfugge al controllo del professore, arrivando a più di 200 membri con situazioni di controllo interno al gruppo totalmente in mano al giudizio degli studenti, fino ad episodi di bullismo.

> *"Many of the students were completely into being Third Wave Members. They demanded strict obedience of the rules from other students and bullied those who took the experiment lightly." (Jones, 1991: 59)*

Nel quarto giorno finalmente il professore decide di porre fine all'esperimento, ma è preoccupato per la reazione degli individui troppo immersi nel gruppo, soprattutto l'improvviso crollo nello status sociale di questi ultimi. Il professore si rende conto di quanto i principi del movimento siano diventati importanti per gli studenti, diventando norme sociali e quindi rilevante per la loro identità in quanto membri. La Terza Onda, tuttavia, sta disturbando il funzionamento ordinario della scuola e non può continuare: ci sono infatti studenti che saltano le proprie lezioni per essere presenti agli incontri nella classe dove è partito l'esperimento. Jones annuncia che il movimento è parte di un'iniziativa nazionale e che il giorno seguente ci sarà un discorso del leader.

Figura 1.9 Tim, il ragazzo che prima era emarginato, viene difeso da altri del gruppo del film Die Welle (2008).

Prima di dare questo annuncio però, si preoccupa di far allontanare dall'aula le tre ragazze che avevano messo in discussione il movimento nei primi giorni. Questa decisione, secondo Jones, serve a dare validità e serietà all'appuntamento del giorno dopo.
Il quinto giorno l'auditorium della scuola è pieno di studenti, con degli amici del professore che si fingono inviati della stampa, scattando fotografie e intervistando gli studenti. Invece del discorso del leader, però, agli studenti è mostrato solo un filmato vuoto, mentre Ron Jones spiega finalmente il reale scopo della Terza Onda. Spiega di aver manipolato i ragazzi, usandoli per mostrare loro i parallelismi degli eventi della settimana con quanto accaduto nella Germania nazista, concludendo con alcuni spezzoni tratti da filmati dell'epoca. Fra lacrime e delusione l'esperimento improvvisato si conclude.

Sebbene il discorso conclusivo di Jones risulti generalizzante e superficiale nei confronti dei meccanismi sociali e psicologici che avrebbe voluto mostrare (senza contare gli aspetti storici che una giusta analisi del fenomeno del nazismo avrebbe richiesto), questa iniziativa risulta un ottimo esempio per dimostrare gli estremi ai quali possono giungere i gruppi. In tre giorni è bastato dare a tutti gli studenti la sensazione di far parte di qualcosa di esclusivo per innescare conformismo e gli elementi tipici dell'interazione di gruppo, indipendentemente dai gruppi sociali di partenza degli studenti.

1.8

Una forza positiva?

A questo punto, legittimati dall'esperienza appena analizzata, diventa lecito chiedersi: dovremmo iniziare a guardare all'influenza sociale come un problema da debellare? Per quanto sia corretto porre attenzione ai modi negativi in cui può essere sfruttata l'influenza sociale, considerarla solo come qualcosa di negativo è riduttivo e ignora la sua potenzialità positiva.

Gli esempi negativi riportati precedentemente, infatti, danno per scontato un fine negativo, una forzatura verso atteggiamenti dannosi. Cosa succede però quando l'obiettivo del gruppo è positivo? L'esempio migliore sono i gruppi di supporto, in cui individui con lo stesso obiettivo — che sia perdere peso, affrontare una situazione difficile, o iniziare un'abitudine positiva — sfruttano i meccanismi del gruppo per darsi supporto a vicenda.

Tina Rosenberg, nella sua trattazione *Join the Club* (2011) introduce il concetto di *social cure* — o cura sociale —, definendolo come una tecnica per cambiare il comportamento personale usando la pressione di gruppo. L'obiettivo è un cambiamento sociale attraverso l'influenza e il supporto di gruppi di persone, mediante l'uso e la comprensione dei meccanismi dietro i metodi d'influenza sociale.

Questo metodo non è una novità, in quanto usato, per esempio, nel sistema degli Alcolisti Anonimi per guidare il comportamento di un gruppo di persone al fine di modificarne le abitudini, o negli eserciti per migliorare la coesione all'interno del gruppo e spingere i singoli individui a correre rischi per il bene della propria squadra.

L'autrice sottolinea come i tipici tentativi di risolvere un problema sociale, attraverso la paura o l'informazione, non siano sempre sufficienti e abbiano spesso dimostrato di fallire, come le campagne per diminuire l'uso di sigarette illustrando i danni per la salute con un linguaggio aggressivo o con tentativi di sviluppare sensi di colpa. La differenza che porta la social cure è quella di far leva su uno dei bisogni fondamentali dell'uomo: il desiderio di appartenenza, di far parte di un gruppo di persone ed essere rispettato in questo gruppo. Facendo leva su questo si riescono a motivare le persone a effettuare cambiamenti nel proprio comportamento, ma soprattutto a creare un'abitudine positiva, incoraggiandosi a vicenda. L'importante è creare un gruppo sufficientemente attraente per convincere le persone a modificare la propria identità, e il proprio comportamento, per farne parte.

> *"They get people to join the demonstration or confront their inner demons or avoid risky sex or trespass on long-held concepts or proper behavior not by lecturing them about that long-term interest or, indeed, talking about anything rational at all. Instead, they aim at what people want now: to belong, to be part of the in crowd, to be loved and admired and respected. These programs change personal behaviour through social pressure. They offer people a new and desirable club to join – a peer group so strong and persuasive that the individual adopts a new identity."*
> *(Rosenberg, 2011: xix)*

È importante avere in comune qualcosa con gli appartenenti del gruppo, che sia un'esperienza, il problema stesso, o anche solo il luogo di appartenenza o la stessa cultura, perché rende più semplice il confronto, l'identificarsi con gli altri e quindi l'avvicinamento fra i componenti del gruppo. Questo è il caso, per esempio, delle minoranze che non si sentono comprese dal resto delle persone, ma che condividono e comprendono i problemi di integrazione.

Circondarsi di persone che hanno lo stesso obiettivo aiuta a restare motivati e sentirsi meno soli di fronte all'impegno. Questo, inoltre, crea legami che vanno al di fuori della motivazione primaria per la quale si entra nel gruppo, diventando una parte importante della propria quotidianità. Così facendo l'importanza del fine del gruppo assume ancora più valore come parte integrante delle fondamenta di quelle relazioni.

Riporto di seguito due esempi tratti dalla trattazione di Tina Rosenberg riguardo due problemi diversi risolti tramite la social cure. L'autrice si sofferma spesso sul fatto che questi esempi non sono stati studiati a tavolino da chi ha proposto queste soluzioni individuando nell'influenza sociale la soluzione, ma piuttosto è l'autrice che definisce la soluzione applicata un esempio di social cure. In seguito analizzo l'esempio di *7 Cups of tea*, che rende sistematico e globale il sistema dei gruppi di supporto, adattandolo a difficoltà psicologiche con risultati positivi.

1.8.1 *Jamkhed*

Uno dei primi esempi che voglio riportare è descritto da Rosenberg (2011) a partire dall'opera scritta dai creatori di questo programma (Arole & Arole, 1994) e dal suo articolo pubblicato nella rivista *National Geographic* (Rosenberg, 2008). I coniugi Raj e Mabelle Arole, nel 1970, iniziarono la trasformazione della zona di Jamkhed, in India, lavorando sul cambiamento dei comportamenti all'interno dei piccoli villaggi. Il problema principale in questi luoghi è la mancanza di conoscenze basi sull'igiene e sulla salute, accentuata dalla distanza fra i dottori e i loro pazienti. I dottori vengono assegnati dal governo e si spostano una volta a settimana nei villaggi rurali: solo gli abitanti che possono pagare ricevono cure, ma nessuno viene educato, o riceve spiegazioni sulle malattie. Questa distanza impedisce il miglioramento delle condizioni di vita del villaggio, elemento che può diminuire le probabilità dell'insorgere e della diffusione di malattie debellabili.

Figura 1.10 Comprehensive Rural Health Project in Jamkhed (India).

Una posibile soluzione è quella dell'educazione di infermiere specializzate a insegnare buone pratiche igieniche ai propri pazienti. Tuttavia non vengono ascoltate, e la loro autorità viene messa in discussione a causa della loro differenza culturale e sociale, data dal diverso grado di istruzione e appartenenza a una diversa classe sociale. Osservando i meccanismi interni dei villaggi, i coniugi Arole decisero di educare un abitante del villaggio della casta più bassa, che condivide con gli altri abitanti linguaggio, usi e costumi. Questa educazione riguarda sia le basi come saper leggere e scrivere, fino a insegnamenti riguardo la medicina di base e i diritti della persona. Si tratta di fatto di generare un cambiamento dall'interno andando ad agire su un individuo "comune" che in quanto riconosciuto come vicino, viene preso in considerazione. Scegliere le donne Dalits – ovvero la casta più bassa della società – significa anche cercare di migliorare le condizioni di vita di queste donne cresciute con la convinzione di non avere valore in quanto essere umano. La capacità di influenzare il comportamento degli abitanti dei villaggi risulta quindi più importante dell'istruzione qualificata in questa situazione, che è lasciata ai dottori da chiamare in caso di necessità.

Questo programma si concentra sulle abitudini della vita quotidiana.

> *"The Aroles concluded that empathy, knowledge of how the poor live, and willingness to work with the poor were more important than prestige and skills – including the ability to read." (Rosenberg, 2011: 134)*

In questo modo si riesce a cambiare la visione che gli abitanti dei villaggi avevano della salute: non più una punizione divina che si può solo accettare, ma qualcosa di comprensibile e che è possibile modificare. Questo cambiamento avviene educando una sola persona all'interno del villaggio, rinforzando la sua autorità tramite figure di riferimento. Quando le donne tornano ai loro villaggi, infatti, la loro autorità viene confermata dalla presenza dei dottori, infermiere e lavoratori speciali che visitano il villaggio una volta a settimana, fornendo sostegno e assistenza in casi particolari.

Questo senso di gruppo si conferma anche nei periodici incontri fra le Dalits che hanno partecipato al programma, il cui scopo, oltre lo studio e il miglioramento personale, è anche quello di fornire e ottenere conforto e supporto morale da chi sta vivendo le stesse difficoltà. Tramite questo programma si trasformano le loro vite e le loro comunità, creando nuovi gruppi, sufficientemente forti e uniti da cambiare anche il modo in cui si vedono gli individui appartenenti: essere fra donne della stessa situazione sociale e ricevere un'istruzione di base le ha aiutate in tutti gli aspetti della loro vita, anche nel rispetto di loro stesse.

Progetto villaggi / Fasi di sviluppo

FASE 1

Questionari iniziali

Discussioni iniziali

Mappa sociale

Cura della salute

Valutazione dei bisogni

Selezione del lavoratore per la salute del villaggio

La community sceglie un lavoratore volontario come referente per la salute

Team Mobile per la salute

Supporto per VHW, offre cure e aiuta a mobilitare la community

Formazione gruppi di community

Eliminare barriere fra casta, classe e religione

FASE 2

Progetto dell'acqua

Club degli agricoltori

Gruppi di aiuto reciproco per donne

Sviluppo spartiacque

Raccolta acqua piovana

Miglioramento sanitari

Nursery

Generazione guadagno

FASE 3–4

Servizi igienici

Cura preventiva

Programmi per adolescenti

Formazione gruppi adolescenti

Affrontare problemi sociali e sanitari e formare futuri leader

Sanitari

Membri della community lavorano insieme al Mobile Team per costruire sanitari

Salute

VHW continua visite a casa e lavora con gruppi della community per istruire sulla sanità

FASE 5

La community può sostenere la propria salute e i programmi di sviluppo

Figura 1.11 Fasi dell'approccio del CRHP (Comprehensive Rural Health Project) fondato dai coniugi Arole. (tratto dal sito, traduzione mia).

> *"Only half the training was devoted to teaching the women about health," Raj Arole said. "The other 50 percent went to helping the women learn money-making skills, and to teach self-confidence and women's rights. They had to realize who they were and how they could have their dignity."*
> *(Rosenberg, 2011: 136)*

Al di là delle nozioni di medicina di base, il programma si impegna a insegnare capacità per poter vivere in autonomia, dal commercio ai loro diritti, per ridare dignità a queste donne. L'esempio di chi ha già finito il programma di base aiuta chi sta iniziando a superare le proprie paure e i propri dubbi, fornendo un notevole aiuto psicologico anche quando, tornando nel villaggio, si scontrano con l'atteggiamento immutato delle altre persone: solo quando iniziano a vedere dei risultati le persone iniziano ad avere fiducia nelle Dalits. Le donne educate si differenziano dal riuscire a ridurre una febbre con l'uso di acqua fredda piuttosto che con le preghiere, nel supportare e guidare le partorienti nel dare alla luce il loro bambino, piuttosto che lasciarle sole in questo arduo e doloroso compito come era tradizione in precedenza. Le condizioni di vita migliorano e la mortalità diminuisce, aiutando l'intero villaggio, ma soprattutto le Dalits, che trovano un posto nella gerarchia sociale.
Quando il posto di queste donne nella società del villaggio è consolidato le Dalits non interrompono il programma, anche con le proprie condizioni di vita migliorate. Questo succede perché il gruppo di supporto diventa essenziale e i componenti continuano a beneficiare dell'aiuto delle donne nel programma e degli educatori:

> *"A big part of the health workers' desire to stay within the program is the fellowship they share with their sister health workers. But they also have acquired a new identity in their own villages." (Rosenberg, 2011: 41)*

Questa volontà porta il programma ad avere sempre partecipanti disposte ad aiutare i nuovi arrivi.

Figura 1.12 Nella pagina seguente il team di lavoro dal sito di Jamkhed. http://jamkhed.org/ [accesso: marzo 2017]

JAMKHED

1.8.2 *Calculus club*

Il secondo esempio si avvicina di più all'idea dei gruppi di sostegno ed è tratta ancora dal testo di Tina Rosenberg (2011), raccogliendo i fatti descritti da discorsi e interviste svolte dall'iniziatore del programma (Fullilove & Treisman, 1990).
Nelle università americane è stato riscontrato, fin dagli anni 60, quando le università aprirono a tutti, un problema nel corso di calcolo per quanto riguarda le minoranze etniche. Alcuni studi e teorie arrivavano a dichiarare queste persone incompatibili con la materia.

Nel 1970 Uri Treisman iniziò a usare la social cure per risolvere questo problema, creando classi di piccole dimensioni in cui gli studenti potessero aiutarsi fra loro. Agli studenti vengono dati dei problemi difficili e lasciati poi liberi di discutere fra di loro per trovare una soluzione, liberi di sbagliare e confrontare possibili teorie fra loro. Il focus non è trovare una soluzione, in quanto i problemi dati sono volutamente al di sopra del livello richiesto, al contrario l'obiettivo è portare gli studenti a ragionare tra loro senza l'input del professore, cercando la soluzione nella collaborazione, a prescindere dal livello di conoscenza dell'argomento. Questo approccio è notevolmente differente dal sistema di lavoro individuale ai quali sono abituati.

> *"[...] black students were accustomed to studying alone. [...] Either they were the rare black kid in a white high school, or the rare academically minded kid in a largely minority high school where studying was seen as 'acting white'. They had learned to compartmentalize. They had earned their way into Berkeley through individual effort and were suspicious of people who needed outside help".*
> *(Rosenberg, 2011: 102)*

Rosenberg definisce i motivi alla base del successo di questo approccio:

- Forzare gli studenti a fare più matematica, aumentando le ore dedicate alla pratica anziché all'ascolto delle lezioni.
- Incentivare l'aspetto collaborativo, chiedendo strategie e metodi agli altri studenti, o insegnando a loro volta ad altri.
- Far parte di un gruppo incoraggia a chiedere aiuto quando non si capisce qualcosa.
- Stringere amicizia con persone che capiscono il loro interesse nella matematica.

Questi studenti si scontrano anche con lo Stereotype threat, descritto dagli psicologi Joshua Aronson e Claude Steele (1995: 797-811): *"the object of a stereotype can find their performance greatly affected by it simply by being reminded that it exists"*. Continuando a sentirsi dire che il loro mancato successo nel calcolo è normale nella loro etnia, gli studenti non vengono motivati a migliorare e tendono ad adattarsi proprio a questa idea. Il gruppo li aiuta a uscire dallo stereotipo e a trovare persone che capiscano gli sforzi con cui affrontare, in generale, il percorso accademico.

Per quanto l'importanza e il successo di questo programma sia stato documentato diverse volte in varie università (Murphy & Treisman, 2008), il problema dei fondi e della disponibilità di persone a gestire il programma ha gradualmente diminuito la presenza di queste classi.

1.8.3 7 *Cups of Tea*

La modalità più semplice per apprezzare il potenziale positivo dell'influenza sociale è attraverso i gruppi di supporto; che si tratti degli Alcolisti Anonimi o un gruppo di amici che si impegnano ad andare in palestra insieme per spronarsi a vicenda, fino alle terapie di gruppo, gli esempi non mancano.

Il supporto psicologico non si sostituisce alle terapie, ma può aiutare anche i pazienti sia durante le stesse terapie, sia nel recupero o mantenimento successivo. Un esempio di successo è il sito 7 Cups of Tea (www.7Cups.com), di recente rinominato solo 7 Cups, che si propone come una piattaforma di messaggistica di supporto emotivo che funziona grazie a volontari. Dal loro sito si definiscono *"anonymous bridging technologies"*: l'anonimato degli utenti è garantito per permettere di sfogarsi senza ripercussioni negative sulla propria vita. La community si divide in utenti e *listeners*, persone volontarie che si propongono come supporto personale di ascolto. Per diventare listener un utente deve completare dei corsi preparatori di vari livelli, partendo dalla base dell'ascolto attivo fino a tematiche precise, dal bullismo all'ansia. La piattaforma si impegna a precisare che il suo servizio non si sostituisce alla terapia e i listeners sono invitati a segnalare situazioni di pericolo che necessitano di supporto specialistico, come crisi o casi di marcate tendenze suicide, e astenersi dal dare supporto medico. Il sito offre però un sistema a pagamento di terapia con professionisti sempre basato su un sistema di messaggistica.

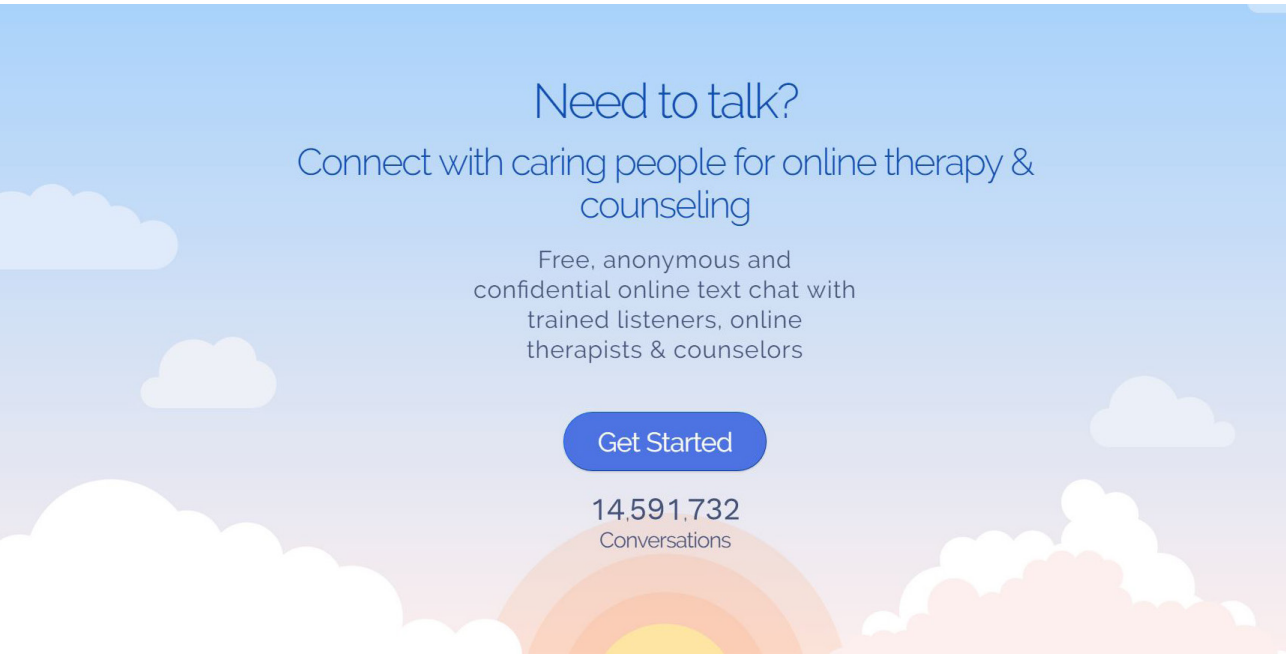


Figura 1.13 Homepage del sito 7cups [accesso: marzo 2017].

L'uso di questo servizio può essere attraverso chat private fra due individui, di cui uno il listener scelto dall'utente in base agli argomenti che dichiara come sue competenze o casuale in base alla disponibilità, oppure chat di gruppo con moderatori per ottenere supporto da altri utenti con simili problemi e listeners in gruppo. Inoltre ci sono anche eventi di chat di gruppo guidate dedicate a temi specifici, consultabili tramite il calendario. Le chat tematiche disponibili sono: ansia, compassione, depressione, disabilità, famiglia, vita sana, LGBTQ+ mindfuless e scuola, con delle chat di argomento generico. Sono in queste ultime situazioni che si vede il grande impatto di una comunità di supporto positiva, con utenti che considerano l'ingresso in queste chat come abitudine giornaliera nel loro impegno per superare i problemi che stanno affrontando. Queste chat sono arricchite da percorsi privati dedicati ai bisogni dell'utente che forniscono spunti e attività giornaliere di supporto. Queste attività, oltre a fornire riflessioni personali, tendono a essere discusse in chat o nei forum della community.

Di recente il sito collabora con specialisti nel campo psicologico per arricchire il training dei listeners in modo da essere efficace come supporto in situazioni specifiche: è il caso della depressione e ansia perinatale (Baumel & Schueller, 2016) e disordini di tipo schizofrenico (Baumel, Correll, & Birnbaum, 2016).

Questi studi hanno dimostrato l'utilità di questo servizio come supporto alle terapie e sviluppato un sistema di addestramento per i listeners dedicato a queste situazioni. Incontri precedenti hanno inoltre migliorato la piattaforma in seguito a problemi e bisogni riscontrati dagli specialisti, a seguito di una presentazione e un periodo di uso personale a scopo di analisi.

Prendendo in esame lo studio dedicato al trattamento di disordini schizofrenici l'analisi parte dall'assunto che le terapie a base di farmaci non sono sufficienti per affrontare la malattia (Buchanan et al., 2010; Kane, 1996), mentre il supporto sociale ed emozionale è importante per il benessere dei pazienti. Già precedenti studi avevano individuato in programmi di supporto non professionale con gruppi di pari una via percorribile (Kazdin & Rabbitt, 2013; Kazdin & Blase, 2011), 7Cups fornisce questi vantaggi sfruttando il canale di internet per assicurare un supporto in qualsiasi momento e luogo. Uno dei principali problemi nel supporto è la disponibilità di personale qualificato e gli studiosi hanno individuato in 7Cups una via economica ed efficace, per quanto sia necessario un miglioramento del training.

> *"[...] their effect is still limited by the need to develop and implement practical methods to engage, screen, train, and refer non-professionals to promote service assimilation and reach." (Baumel et al., 2016)*

Questo studio è risultato, oltre all'analisi, nello sviluppo e valutazione di SUPPORT, un programma dedicato proprio all'addestramento di listeners interessati nel supporto di casi specifici di schizofrenia, con un test per provarne l'efficacia. Simile processo è avvenuto nello studio dedicato alla depressione e ansia perinatale (Baumel & Schueller, 2016). I giudizi positivi riguardo questo servizio dimostrano l'efficacia dell'esempio positivo fornito da un gruppo dedicato al miglioramento personale. Per quanto l'anonimato sia garantito, infatti, gli utenti sono riconoscibili dai nomi, per quanto spesso fittizi, e si riescono comunque a creare legami che generano dinamiche di gruppo che rinforzano il supporto psicologico dato dalla community di 7Cups.

1.9

Uno strumento neutro

Ho identificato quindi la valenza positiva dell'influenza sociale, ponendola in contrasto con quella negativa, più comunemente considerata quando si parla di pressione di gruppo. Considero, però, affiancare i termini "positivo" e "negativo" fuorviante, in quanto l'influenza sociale può essere considerata una forza caratteristica del gruppo, ma può essere visto e utilizzato in realtà come uno strumento, e in quanto tale neutro. Il mio punto di vista è infatti di vedere l'influenza del gruppo come strumento in sé, non positivo o negativo, ma essenzialmente neutrale che si adatta al fine della persona o gruppo che applica questo tipo di influenza. Questa ambivalenza della pressione sociale è il suo più grande potenziale: il fatto che il meccanismo sia lo stesso in senso positivo e in senso negativo permette un riconoscimento più veloce, con la possibilità di potersi difendere. Allo stesso tempo, è doveroso riconoscere come ci sia la possibilità di risolvere problemi sociali sfruttando questa influenza, anche nei casi in cui è proprio la causa del problema.
Capire le dinamiche alla base dell'influenza permette di sfruttarle volontariamente in modo consapevole anche per la propria crescita personale, per esempio per costruire un'abitudine positiva, ma anche per riconoscere quando viene usata a svantaggio personale, aiutando a resistervi.

Con questo scopo il progetto di tesi è stato pensato per mostrare e far osservare le dinamiche che influenzano la persona nel gruppo e le conseguenze sull'identità personale, senza contestualizzare in esempi unicamente positivi o negativi. L'analisi fin qui illustrata è essenziale per comprendere alcune delle scelte progettuali che sono finalizzate all'introduzione delle dinamiche di gruppo nell'esperienza di gioco: il collegamento fra l'analisi e il progetto viene approfondita nel paragrafo 4.6.

1.9.1 *Gang*

L'esempio principale che porto a supporto di questa ambivalenza dell'influenza sociale è quello delle gang criminali analizzato in alcuni esempi del contesto americano, che dimostrano come l'influenza sociale possa essere contemporaneamente causa e soluzione dello stesso problema. In questo caso infatti è il desiderio di appartenenza a un gruppo di simili uno dei motivi principali per l'ingresso in una gang (Rosenberg, 2011).

Figura 1.14 Bus di Delancey Street, un esempio di lavoro fornito dall'associazione.

L'individuo si trova a far parte di un gruppo che lo accetta e capisce i problemi che affronta, soprattutto nel caso di situazioni disagiate. Questo spinge ad accettare qualsiasi comportamento pur di sentirsi parte di questo gruppo, arrivando a estremi di criminalità. Grazie ad alcuni programmi americani la pressione del gruppo è diventata anche la soluzione a questi problemi, mirando al circolo vizioso dell'emarginazione degli ex-detenuti che li riporta negli stessi ambienti delle gang.
Progetti come la *Fortune Academy* e *Delancey Street* (Rosenberg, 2011: 293) forniscono luoghi dove riabilitare i membri delle gang attraverso un ambiente positivo con persone che sono riuscite a ricostruire una vita fuori dall'influenza delle gang.

> *"It's in that process of acting as if you are already a better person – a responsible person who can be counted on – that you actually become one. Our residents have to teach what they've just learned to the newer person; that's what they spend more time thinking about. It's in the teaching that they learn themselves. For example, if you read at the tenth grade level, you're tutoring someone who reads at the eighth grade level, and that person is tutoring someone who reads at the sixth grade level." (McCoy, 2014: 2)*

Delancey Street Foundation, in particolare, continua dal 1971 a usare il suo modello con un programma di 4 anni, creando un sistema autosufficiente nel quale sono le persone riformate nel loro programma a proseguirlo aiutando i nuovi arrivati. In entrambe le situazioni è proprio l'esempio di chi è stato in grado di cambiare la propria vita, che ancora frequenta quei luoghi, ad aiutare maggiormente nel cambiamento proprio grazie all'esempio positivo.

Allo stesso tempo la responsabilità di aiutare le persone che stanno iniziando questo percorso rinforza l'impegno dell'individuo, creando una situazione di influenza reciproca positiva. In una sua intervista (McCoy, 2014) la fondatrice racconta di come situazioni potenzialmente pericolose, come la condivisione di spazi fra persone provenienti da gang rivali o di minoranze con individui con precedenti razzisti, non abbiano avuto conseguenze negative proprio grazie alla volontà della comunità di non mettere a rischio l'atmosfera positiva del luogo dove si sentono accettate. È quindi sfruttando esattamente le stesse dinamiche che intrappolano nelle situazioni di violenza e disagio che questi programmi cambiano in meglio la vita degli ex-detenuti, veicolando questi meccanismi con lo scopo di migliorare la vita di queste persone. In questi programmi è previsto anche l'inserimento in società con lavori e attività che proseguono oltre il programma, come ristoranti o servizi di trasporto (Fig. 1.14).

2.
Il gioco

Questa tesi si colloca nell'ambito dei Game Studies e del Game Design e sfrutta il potere persuasivo del gioco per veicolare il messaggio.

In questo capitolo si trattano alcuni degli argomenti importanti per il comprendere il progetto, a partire dalla definizione di gioco (paragrafo 2.1). In seguito si presenta una panoramica sull'esperienza di gioco significativa (paragrafo 2.2) e i Persuasive Games, in particolare i Games for Social Change (paragrafo 2.3), importanti in quanto il progetto finale si colloca in quest'ultima categoria di giochi. Dopo aver trattato dei modi in cui il gioco può migliorare la realtà di tutti i giorni (paragrafo 2.4) si illustrano i metodi scelti per trattare all'interno del progetto il tema scelto (paragrafo 2.5).

Infine una riflessione sul tema del cambiamento (paragrafo 2.6) dimostra uno dei motivi per i quali si può considerare il gioco un mezzo efficace per esprimere il tema dell'influenza sociale, grazie all'analisi della letteratura svolta in precedenza.

2.1

Cosa si intende per "gioco"?

L'attività di gioco, soprattutto in età adulta, è sottoposta alla pressione costante dell'essere considerata un'attività da bambini, poco lodevole quando viene praticata più tardi perché spesso legata al gioco d'azzardo e alla perdita di tempo (Fink, 1959). Nonostante questo l'attività di gioco è sempre stato importante nella cultura, non solo quella umana, radicato nelle tradizioni come convenzione sociale. Johan Huizinga, antropologo e storico olandese, con la sua opera *Homo Ludens* (1938) pone le basi dello studio di questo ambito e descrive il gioco come un elemento insito nella natura dell'uomo, fondamentale per la cultura stessa.

Huizinga fu il primo ad affrontare la relazione fra uomo e gioco in modo formale e ufficiale; prima nessuno aveva formalizzato il gioco in generale, trattando invece solo il gioco infantile, o focalizzandosi su un singolo artefatto di gioco per spiegarne le dinamiche, non come attività umana. Come osservato da Espen Aarseth (2001) l'interesse verso il gioco come oggetto di studio è relativamente recente: la disciplina è nata nel Novecento col nome di Game Studies riferendosi agli studi relativi alle numerose sfaccettature della relazione tra uomini e gioco.

Di cosa parliamo quando trattiamo il "gioco" in questo ambito? La definizione non è semplice da trovare. A partire da Huizinga l'idea di gioco è stata trattata da numerosi studiosi nel tentativo di darne una visione d'insieme precisa, arricchendo la definizione fino a mostrare la complessità del fenomeno in questione.

Un passo fondamentale nell'analisi è stato lo studio del sociologo francese Roger Caillois con la sua opera *I giochi e gli uomini* (1958) che riprendendo alcune tematiche trattate da Huizinga analizza il gioco in modo più formale identificando le caratteristiche costanti nell'esperienza di gioco. Caillois individua due atteggiamenti del giocatore (1958: 55): il primo è definito come *paidia*, che identifica il gioco spensierato e sfrenato tipico dei cuccioli di molte specie; al lato opposto si trova il *ludus*, ovvero il gioco serio, rigidamente regolato. Come descritto da Bertolo (Bertolo & Mariani, 2014) nel campo dei Game Studies il termine *ludico* viene inteso come il momento di gioco serio, intento e regolato, ovvero il ludus definito da Caillois; quando invece l'attività è spensierata e non regolata si definisce *giocosa*, che corrisponde alla paidia dello stesso autore. Questa distinzione risulta particolarmente importante per la visione culturale, soprattutto in Italia, dell'attività di gioco, spesso collegata a momenti giocosi e riferita all'infanzia, quasi ignorando la possibilità dell'elemento di serietà durante il gioco (Piaget, 1962; Winnicott, 1971). Callois, espandendo alcune caratteristiche del gioco già trattate da Huizinga, traccia una sua definizione di gioco: un'attività libera, a cui il giocatore non può essere forzato; separata dalla realtà; incerta nel suo svolgimento, in quanto non può essere determinato; improduttiva in termini di beni, ricchezza o elementi nuovi; regolata da obblighi che sospendono le leggi ordinarie; infine fittizia, in quanto si svolge in una diversa realtà (Caillois, 1958: 26).

Un ulteriore e fondamentale contributo viene poi fornito da Bernard Suits, che nel suo *Grasshopper* (1978) definisce tre concetti chiave per l'attività di gioco: ogni gioco ha un obiettivo pre-ludico, ovvero uno scopo da raggiungere; ha regole costitutive, indicazioni che definiscono cosa è permesso fare durante l'attività; infine richiede un atteggiamento ludico, la volontà del giocatore di intraprendere un'attività che di base impedisce di raggiungere l'obiettivo seguendo il metodo più efficace.

Secondo la sua definizione:

> *"To play a game is to attempt to achieve a specific state of affairs [prelusory goal], using only means permitted by rules [lusory means], where the rules prohibit use of more efficient in favour of less efficient means [constitutive rules], and where the rules are accepted just because they make possible such activity [lusory attitude].*
> *I also offer the following simpler and, so to speak, more portable version of the above: playing a game is the voluntary attempt to overcome unnecessary obstacles."*
> *(Suits, 1978: 41)*

Giocare significa compiere sforzi volontari per superare ostacoli non necessari usando il metodo meno efficiente, che è quello imposto dalle regole. Ciò diventa evidente pensando all'esempio stesso che Suits avanza: il gioco del golf sarebbe più semplice spostando la pallina con la mano, ma le regole rendono l'azione più complessa.
Katie Salen e Eric Zimmerman nel 2004 pubblicano *Rules of Play*, un'analisi precisa del gioco e del giocare, con lo scopo di tracciare le basi della disciplina includendo i diversi punti di vista che la costituiscono. La definizione di gioco da loro proposta riassume i concetti chiave dell'attività:

> *"A game is a system in which players engage in an artificial conflict, defined by rules, that results in a quantifiable outcome." (2004: 80)*

L'aspetto dell'aspetto volontario dell'ingresso nella attività di gioco viene infine recuperato nella definizione proposta da Maresa Bertolo in Game Design (2014) evidenziata nella pagina seguente.

Progettare nuovi giochi parte dall'analisi svolta nei Game Studies attingendo da queste basi teoriche e contribuendo con nuovi artefatti da analizzare. Questa disciplina prende il nome di Game Design, legando l'impostazione metodologica e procedurale del Design alla base teorica. In questa disciplina si colloca il lavoro svolto in questa tesi.

"Un gioco è un sistema al cui interno i giocatori scelgono di impegnarsi in un conflitto artificiale, ben definito da regole, che porta a un risultato quantificabile."

(Bertolo & Mariani, 2014: 18)

2.2

Gioco *significativo*

Katie Salen e Eric Zimmerman (2004) introducono il termine *meaningful play*, o gioco significativo, per esprimere il dialogo tra le azioni del giocatore e le reazioni del gioco stesso durante l'esperienza ludica. Riuscire a creare esperienze di gioco piacevoli e significative è il principale fine di un game design di successo. Questo obiettivo del design è ciò che viene chiamato *meaningful play*. L'esperienza significativa emerge dall'interazione fra l'artefatto e il giocatore nel contesto di gioco; comprendere questa interazione aiuta a progettare l'esperienza del giocatore. Giocare significa prendere delle decisioni in un sistema di gioco progettato per rendere significative le proprie scelte. Ci sono due modi per identificare il gioco significativo: descrittivo e valutativo (Salen & Zimmerman, 2004: 33).
Il primo è relativo al modo in cui le azioni di gioco risultano in ripercussioni significative all'interno del gioco.

> *"Meaningful play in a game emerges from the relationship between player action and system outcome; it is the process by which a player takes action within the designed system of a game and the system responds to the action. The meaning of an action in a game resides in the relationship between action and outcome." (ivi: 34)*

In base a questa definizione il gioco significativo emerge dal rapporto tra le azioni del giocatore e il risultato del sistema; è il processo mediante il quale un giocatore agisce all'interno del sistema di gioco e il sistema risponde all'azione. Questo è il modo in cui tutti i giochi creano significato all'interno della loro esperienza e viene chiamato *meaningful play descriptive*, perché descrive cosa accade in ogni gioco.

Il secondo si riferisce a quella categoria di giochi che creano esperienze realmente significative, al di là della semplice reazione del sistema di gioco. Il gioco è considerato significativo se il giocatore percepisce che le sue azioni avranno ripercussioni sull'andamento della partita ed emergono differenti reazioni date dalle diverse scelte di gioco.

> *"Meaningful play occurs when the relationships between actions and outcomes in a game are both discernable and integrated into the larger context of the game. Creating meaningful play is the goal of successful game design." (ibidem: 34)*

Questa definizione tratta in particolare lo scopo del designer ed è valutativa: ci aiuta a valutare criticamente la relazione fra azioni e risultati. In questo senso la parola "significativo" esprime l'esperienza emotiva e psicologica di vivere un sistema di gioco ben progettato. La progettazione di un gioco necessita di entrambe le definizioni.

2.2.1 Il *piacere* e il *flusso*

Mihalyi Csikszentmihalyi (1990) nella sua opera *Flow* analizza come alcune tipologie di esperienza, fra le quali quella di gioco, possano essere percepite come piacevoli e gratificanti. Il piacere è comunemente identificato come un sentimento fondamentale dell'individuo, difficile da definire precisamente, ma che gli uomini ricercano durante la loro vita in ogni modo. La soddisfazione, la gratificazione e la motivazione sono termini che derivano dal sentimento stesso del piacere.
Secondo l'autore, i piaceri della vita, fra i quali per esempio il buon cibo o i momenti di relax, sono componenti importanti per la qualità della vita di una persona, ma non generano una crescita psicologica ed emotiva. Si può essere felici apprezzando il piacere del riposo, di una giornata soleggiata e rilassante, ma questo stato è dipendente da circostanze esterne, mentre Csikszentmihalyi analizza la felicità che si può creare senza influenze esterne e che permette la crescita interiore.
Molti scelgono la gratificazione istantanea nella ricerca della felicità, perché si preferisce il semplice piacere rispetto al più gratificante — ma faticoso — *enjoyment*, divertimento. È il divertimento, però, che ci permette di usare le nostre capacità per migliorare e lasciare un segno grazie alle sensazioni che evoca.

Le attività sono diverse per ognuno di noi, rendendo questa ricerca della felicità qualcosa di personale, da ricercare in base ai propri interessi e capacità. Questo è dovuto a un particolare stato, da lui definito come stato di *flow*, flusso:

> *"the state in which people are so involved in an activity that nothing else seems to matter; the experience itself is so enjoyable that people will do it even at great cost, for the sheer sake of doing it." (1990: 19)*

Il termine individua quindi quello stato mentale in cui la persona è completamente immersa nell'attività, in cui tutti gli sforzi sono concentrati nell'attività stessa per il semplice piacere di compierla nonostante gli sforzi richiesti. Quando ci si trova in questo stato si provano sensazioni di piacere e divertimento che rappresentano un'esperienza ottimale, che richiede consapevolezza di quanto si vuole ottenere e la maturazione delle capacità indispensabili per raggiungere gli obiettivi.
L'esempio migliore e più attinente al tema di questa tesi è l'esperienza di gioco, considerata anche dallo psicologo ungherese come l'attività di flusso per eccellenza. Questo stato, però, può essere raggiunto anche leggendo un libro, praticando il proprio hobby, o in momenti lavorativi ed è alla base per vivere una vita felice.
Comprendere gli elementi che costituiscono questo stato permette di inserirli anche nelle attività che vengono svolte ogni giorno, come descritto anche dall'autore quando descrive lo stato di flusso che alcune persone provano anche nel contesto lavorativo, quando le sfide crescono con l'aumentare delle proprie capacità (Fig. 2.1).

Figura 2.1 La rappresentazione dello stato di flusso.

Figura 2.2 Nella pagina seguente, le foto di Phillip Toledano parte della sua serie dedicata ai gamers: i suoi ritratti mostrano le espressioni dei giocatori mentre sono concentrati sul gioco.

Csikszentmihalyi (1996: 146-195) identifica gli elementi fondamentali per avere un'esperienza di flusso:

1. **A challenging activity that requires skills**
In primo luogo, l'esperienza di solito si verifica quando ci confrontiamo con compiti che abbiamo la possibilità di portare a termine, e questo richiede della capacità adeguate. Le difficoltà del gioco devono essere proporzionali alle abilità del giocatore, ma allo stesso tempo non devono essere eccessivamente semplici, per evitare di risultare noiose. Queste attività così bilanciate causano divertimento, soddisfazione e crescita personale.

2. The merging of action and awareness
In secondo luogo, dobbiamo essere in grado di concentrarci su ciò che stiamo facendo, poiché in questo stato l'attenzione è completamente assorbita dall'attività e le azioni diventano spontanee. Ogni distrazione può portare all'interruzione di questa concentrazione e quindi dello stato di flusso.

3. Clear goals and feedback
La concentrazione è di solito possibile in quanto il compito intrapreso ha obiettivi chiari e fornisce un feedback immediato.

4. Concentration on the task at hand
Si agisce con uno stato di coinvolgimento profondo, che rimuove dalla nostra consapevolezza le preoccupazioni e le frustrazioni della vita quotidiana.

5. The paradox of control
Le esperienze piacevoli permettono di esercitare un senso di controllo sulle nostre azioni. Il piacere non deriva dall'essere in controllo, ma dall'esercitare controllo sull'azione che stiamo svolgendo. Siamo consapevoli che le abilità in nostro possesso sono all'altezza della situazione e ci sentiamo più sicuri.

6. The loss of self-consciusness
La preoccupazione per il sé scompare, ma paradossalmente il senso di sé emerge più forte dopo l'esperienza di flusso è finita: l'attività è talmente coinvolgente da occupare tutti i nostri pensieri.

7. The transformation of time
Infine, il senso della durata del tempo è alterata; ore passano in pochi minuti e minuti possono allungarsi fino a sembrare ore. Lo stato di flow è talmente intenso che perdiamo la cognizione del tempo.

Si può quindi affermare che il gioco sia un'attività che attraverso esperienze significative riesce a provocare sensazioni positive e cambiamenti nelle abitudini di tutti i giorni. Lo stato di flusso non è esclusivo all'attività di gioco, ma è una delle attività che si presta al raggiungimento di questo stato, grazie a obiettivi chiari e feedback definiti. Il designer progetta un artefatto che coinvolga il giocatore e sia in grado di provocare piacere per rendere l'esperienza soddisfacente.
Le sfide proposte dal gioco devono quindi essere in equilibrio con le capacità del giocatore: se l'attività ludica viene percepita come troppo difficile, il giocatore proverà ansia o frustrazione, mentre se l'attività è troppo facile la ripetizione delle situazioni o la banalità delle scelte possibili provocheranno un senso di noia. Il flusso è partecipazione attiva, con un equilibrio fra le prove richieste e le capacità del giocatore, per permettere il coinvolgimento della persona.

2.3

Persuasive Games

Ilaria Mariani all'interno del testo *Game Design* (Bertolo & Mariani, 2014) tratta l'esplorazione del gioco come metodo per intervenire nel momento della trasmissione di significati e contenuti, ponendosi come "sistema di comunicazione attiva e interattiva per l'innovazione socio-culturale" (2014: 72). Il gioco è infatti in grado di porsi come strumento capace di sensibilizzare e persuadere chi gioca a riconsiderare posizioni e comportamenti.

La persuasione può avvenire in modi diversi, fra i quali quello definito da Ian Bogost in *Persuasive Games* (2007), la retorica procedurale: si tratta di persuadere attraverso interazioni basate su regole — ovvero la procedura — invece di basarsi sulla dialettica di testi o immagini. Nella sua opera Bogost tratta nel dettaglio i videogiochi, ma questo meccanismo può essere esteso anche ai giochi da tavolo qui presi in esame.
In generale i giochi persuasivi sono attività ludiche generate da giochi progettati usando la retorica procedurale al fine di spingere gli utenti verso il cambiamento. *"Procedural rhetoric is the practice of using processes persuasively"* (ivi: 28) così l'autore descrive questa capacità di persuasione attraverso le procedure, ossia le regole dettate dal sistema di gioco.

Sono le regole che creano le meccaniche di gioco e permettono al sistema ludico di trasmettere il messaggio, portando con sé i significati e le argomentazioni del designer.
Partendo da questa analisi il ricercatore e game designer Miguel Sicart (2011) propone una critica al concetto di retorica procedurale applicata ai giochi. Nel suo articolo *Against Procedurality* afferma:

> *"However, as much as it has contributed to further our understanding of games, it has also fostered a way of researching and designing that deprives them of the richness, pleasures and challenges that players bring to the game." (Sicart, 2011)*

Sicart sostiene che nell'analizzare la capacità persuasiva dei giochi attraverso le regole si perda il contributo del giocatore con la sua esperienza. Si sente la necessità di valorizzare l'esperienza di gioco del giocatore e la cultura che porta con sé quando si interfaccia con l'artefatto ludico. È nella relazione del sistema di gioco con i valori del giocatore che emergono i significati e un'analisi del gioco significativo non può ignorare le opinioni e i valori di chi utilizza il sistema.

A prescindere dal dibattito nato attorno alla retorica procedurale, il testo di Bogost (2007) ha istituito nel mondo accademico e dei giocatori il termine *Persuasive Game*, gioco persuasivo, a indicare gli artefatti ludici basati soprattutto sull'intento di veicolare un messaggio ai giocatori. Come descritto da Ilaria Mariani (2016) questa definizione comprende al suo interno varie tipologie di gioco, fra le quali i *Serious Games* — letteralmente "giochi seri" — e i *Games For Social Change* — giochi per il cambiamento sociale.
Si può tracciare l'introduzione del termine *Serious Games* al 1970, quando, nell'opera omonima, Clark C. Abt introdusse la definizione identificandoli come quei giochi che hanno un fine educativo esplicito e progettato accuratamente, e non hanno come unico fine il divertimento del giocatore (Abt, 1970: 9). La nozione di "serietà" che caratterizza questa categoria di giochi ha a che fare con la necessità di attenzione dovendo trattare un argomento sociale. Bogost (2007) elenca alcuni esempi di settori che utilizzano questa tipologia di giochi: la difesa, gestione delle emergenze, assistenza sanitaria, istruzione, ricerca scientifica, e politica. Nel testo *Come funziona la nostra mente* (2011) Luigi Anolli e Fabrizia Mantovani trattano anche come l'utilizzo dei Serious Games nel campo dell'apprendimento sia in grado di unire lo svago e il dovere rendendo piacevole l'apprendimento.

> *"[...] possiamo definire i Serious Games come attività digitali interattive che, attraverso la simulazione virtuale, consentono ai partecipanti di fare esperienze precise e accurate (anche complesse), in grado di promuovere attraverso la forma del gioco percorsi attivi, partecipati e coinvolgenti di apprendimento nei vari domini dell'esistenza umana."*
> *(Anolli & Mantovani, 2011: 155)*

L'apprendimento attraverso i giochi è esperienziale: sono in grado di suscitare un elevato grado di interesse e coinvolgimento proprio grazie alla partecipazione attiva del giocatore. Questo tipo di apprendimento è diverso della classica nozione di apprendimento con il docente come parte attiva e lo studente in ricezione passiva delle nozioni. I Serious Games mirano a produrre un'esperienza interattiva e aperta di apprendimento: sono giochi dotati di ricchezza discorsiva e argomentativa che comprende la partecipazione del fruitore, con il suo bagaglio di conoscenze, interessi e domande.

La seconda categoria di Persuasive Games sono i *Games for Social Change*, giochi per il cambiamento sociale, ovvero giochi che mirano ad avere un impatto sociale stimolando il pensiero critico (Mariani, 2016). In questi casi il gioco spinge il giocatore a porsi delle domande sulla natura di alcuni fenomeni e assumere una diversa prospettiva interagendo attivamente con il sistema, senza essere uno spettatore passivo. L'artefatto ludico presentato in questa tesi si colloca proprio in quest'ultima categoria di giochi grazie al suo intento di sensibilizzazione del tema sociale trattato nel capitolo 1.
Serious Games, Pervasive Games e Games for Social Change sono termini usati per identificare giochi che permettono al giocatore di comprendere problemi della vita reale tramite l'esperienza di gioco.

2.3.1 *Papers, Please*

Un esempio di gioco persuasivo è *Papers, Please* un gioco descritto come un *"Dystopian Document Thriller"* creato da Lucas Pope nel 2013 dove il giocatore assume il ruolo di un ispettore dell'immigrazione nel Paese fittizio di Arstotzka nell'anno 1982. Il giocatore controlla i documenti dei richiedenti ingresso nello Stato utilizzando diversi strumenti per verificare i documenti: dal body scanner al confronto con le impronte digitali, bisogna impegnarsi a rispettare le direttive per l'immigrazione in un Paese vittima di attacchi terroristici e con leggi sempre più rigide. Le decisioni del giocatore sono importanti anche su un livello personale: solo dopo che il soggetto si è allontanato dal controllo si scopre se c'è stato un errore di valutazione, che andrà a infierire sul già misero guadagno del protagonista. Alla fine della giornata il giocatore riceve lo stipendio in base al numero di persone accettate (5$ a individuo), eventuali tangenti, ma sottraendo le sanzioni relative a scelte errate. A questo punto bisogna decidere come spendere lo stipendio per il fabbisogno della propria famiglia, fra casa, riscaldamento, medicine e affitto.

> *"My goal is more to connect players with the difficult decisions an immigration inspector has to make. The focus is on the low-level task of trying to manage a job and a family when the right thing to do isn't so clear." (Pope, intervista 2013)*[1]

Lo scopo del designer è sottolineare la difficoltà delle decisioni che caratterizzano il quotidiano di un ispettore alla frontiera. Il giocatore deve infatti mantenere contemporaneamente il lavoro e la famiglia anche quando la decisione giusta da prendere non è così chiara. Durante il gioco si incontrano personaggi con storie di vita difficile che il giocatore potrebbe aiutare, mettendo però a rischio la sopravvivenza della propria famiglia.

In altri casi, invece, può trovarsi di fronte a proposte di corruzione che potrebbero invece aiutarlo, ma con il rischio di perdere il lavoro. Il giocatore si trova di fronte a scelte sempre più complesse, con le regole per l'immigrazione che tendono a diventare sempre più ferree e con situazioni difficili da giudicare: la prima impressione del personaggio non basta per assumersi la responsabilità di farlo passare e il giocatore si trova a scoprire le storie dei personaggi, aggiungendo un grado di empatia e difficoltà. Il personaggio non è più un semplice "richiedente ingresso", ma una persona che rende la decisione complessa.

---

1 http://abcnews.go.com/ABC_Univision/papers-game-surprise/story?id=19135556 [Accesso: febbraio 2017]

Papers, Please sfrutta la simulazione di situazioni realistiche per creare un'esperienza di gioco significativa e far riflettere su temi difficili da spiegare. È stato vincitore di numerosi premi [2] fra i quali l'edizione del 2014 del festival di Games for Change[3] come gioco più innovativo e miglior gameplay. Games for Change è un movimento e comunità non-profit fondata nel 2004 che facilita la creazione e distribuzione di giochi a impatto sociale che servono come strumenti critici in sforzi umanitari ed educativi. All'interno del loro sito è possibile trovare articoli che trattano l'argomento e una raccolta dei giochi presentati durante il festival, fra i quali anche *Papers, please*.

Figura 2.3 Immagine dal gioco Papers, Please (2016).

2 http://papersplea.se/ per l'elenco integrale dei premi [Accesso: febbraio 2017]
3 Sito dell'organizzazione: http://www.gamesforchange.org

2.4

Migliorare la realtà

Come già anticipato nei capitoli precedenti il gioco può servire anche a cambiare le abitudini delle persone, aiutando a modificare alcuni aspetti della vita di tutti i giorni delle persone. Nella sua opera intitolata *La Realtà in Gioco* (2011) Jane McGonigal elenca 14 "riparazioni alla realtà", ovvero modalità di approccio alla realtà attraverso il gioco per renderla migliore. Secondo McGonigal queste modalità funzionano perché riusciamo ad integrare le normali attività quotidiane con un metodo capace di renderle esperienze positive.

McGonigal parte dall'osservazione che le motivazioni alla base della grande quantità di tempo che le persone passano giocando siano da individuare alla capacità dei giochi di soddisfare dei bisogni umani, al contrario della realtà che non è stata "progettata" in quel senso (2011: 5). I giochi sono in grado di aumentare la qualità della vita e le riparazioni che propone non sono un modo per invitarci a fuggire dalla realtà nel mondo virtuale, ma sono finalizzate a modificare il nostro approccio alla vita reale sfruttando i principi che caratterizzano i giochi.

Figura 2.4 Nella pagina seguente le 14 riparazioni della realtà elencate da Jane McGonigal (2011).

Le 14 “*riparazioni alla realtà*” di Jane McGonigal

1. ***Ostacoli non necessari***
Rispetto ai giochi la realtà è troppo facile. I giochi ci mettono alla prova con ostacoli volontari e ci aiutano a mettere meglio a frutto i nostri personali punti di forza.

2. ***Attivazione emozionale***
Rispetto ai giochi, la realtà è deprimente. I giochi concentrano la nostra energia, con ottimismo incrollabile, su qualcosa in ui siamo bravi e che ci piace.

3. ***Lavoro più soddisfacente***
Rispetto ai giochi, la realtà è improduttiva. I giochi ci danno missioni più chiare e lavoro pratico che dà maggiore soddisfazione.

4. ***Migliori speranze di successo***
Rispetto ai giochi, la realtà è senza speranza. I giochi eliminano la nostra paura di fallire e migliorano le nostre chance di successo.

5. ***Una connettività sociale più forte***
Rispetto ai giochi, la realtà è disconnessa. I giochi costruiscono legami sociali più forti e portano a reti sociali più attive. Quanto più tempo passiamo interagendo nelle nostre reti sociali, tanto più è probabile che generiamo un sottoinsieme di emozioni positive, definite “emozioni prosociali”.

6. ***Scala epica***
A confronto con i giochi, la realtà è banale. I giochi ci rendono parte di qualcosa di più grande e danno un significato epico alle nostre azioni.

7. ***Partecipazione incondizionata***
Rispetto ai giochi, è difficile entrare nella realtà. I giochi ci motivano a partecipare più pienamente a quello che facciamo.

8. ***Ricompense significative quando ne abbiamo più bisogno***
Rispetto ai giochi, la realtà è senza scopo e non gratificante. I giochi ci aiutano a sentirci gratificati quando facciamo i nostri sforzi migliori.

9. ***Più divertimento con gli estranei***
Rispetto ai giochi, la realtà è solitaria e isolata. I giochi ci aiutano a fare squadra e a creare da zero comunità potenti.

10. ***Hacks per la felicità***
Rispetto ai giochi, la realtà è dura da mandare giù. I giochi ci rendono più facile accogliere i buoni consigli e mettere alla prova abitudini più felici.

11. ***Un’economia sostenibile del coinvolgimento***
Rispetto ai giochi, la realtà non è sostenibile. Le gratificazioni che otteniamo dai giochi sono una risorsa infinitamente rinnovabile.

12. ***Più vittorie epiche***
Rispetto ai giochi, la realtà è poco ambiziosa. I giochi ci aiutano a definire obiettivi che ispirano riverenza e ad affrontare insieme missioni speciali apparentemente impossibili.

13. ***Diecimila ore di collaborazione***
Rispetto ai giochi, la realtà è disorganizzata e divisa. I giochi ci aiutano a compiere sforzi più concentrati e, nel corso del tempo, ci danno superpoteri di collaborazione.

14. ***Previsione massively multiplayer***
La realtà è bloccata nel presente. I giochi ci aiutano a immaginare e inventare il futuro insieme.

Secondo l'autrice la visione che i giochi siano solo una fuga dalla realtà ci impedisce di sfruttare il grande potenziale di cambiamento dell'attività ludica: i giochi possono aiutarci a essere più felici e sentirci più appagati per i nostri sforzi (dalla riparazione #1 alla #4); aiutarci a connetterci meglio con le persone che amiamo (riparazione #5 e #6); possono reinventare le nostre esperienze nella vita reale (dalla riparazione #7 alla #10); infine ci aiutano a scoprire nuovi modi per fare la differenza nel mondo reale (dalla riparazione #11 alla #14). L'intento non è quindi quello di mostrare le mancanze della quotidianità, ma di fornire uno spunto di riflessione sui modi di sfruttare le dinamiche del gioco per rendere migliore la vita di tutti i giorni.

2.4.1 Superstruct

Superstruct è un gioco multiplayer di massa di previsione, creato dall'*Institute for the Future*[4], e giocato da più di 8000 cittadini da settembre a novembre 2008. Institute for the Future è un'organizzazione di ricerca indipendente non-profit con lo scopo di immaginare il futuro, aiutare e mobilitare le persone a fare previsioni in un mondo in costante cambiamento. Ogni anno l'associazione compila una previsione di dieci anni, dove identifica nuove forze economiche, pratiche sociali, e cambiamenti dell'ambiente che influenzeranno il mondo. Fra gli strumenti utilizzati compaiono anche i Serious Games, categoria della quale fa parte *Superstruct*. McGonigal (2011), che ha collaborato alla creazione di questo gioco, lo cita come esempio di gioco di previsione, ovvero quella categoria di Serious Games che aiutano a identificare un problema nel mondo reale e studiarlo da più punti di vista, presentandolo in modo coinvolgente. L'obiettivo è quello di giocare per inventare scenari futuri, e rispondere in particolare alla domanda-tema del 2008: qual è il futuro delle forme di organizzazione a scale estreme? Il gioco si pone l'obiettivo di indagare le reazioni delle organizzazioni in momenti di crisi mondiali. Invece di studiare le risposte a queste domande internamente decidono di aprire la questione al pubblico con un esperimento collaborativo online di sei settimane aperto a tutti: così nasce *Superstruct*.

Il gioco pone i giocatori davanti uno scenario estremo: cosa faresti se ti svegliassi e scoprissi che la razza umana è a rischio estinzione in 23 anni? L'obiettivo del giocatore è quello di collaborare con gli altri unendo le proprie forze per aumentare questi anni, creando un metodo per misurare il successo delle proprie azioni. Per dare direzione al gioco sono fornite cinque aree nel quale il giocatore può avere un impatto, le 5 minacce alla sopravvivenza umana, contemporaneamente viste come pericoli e opportunità di miglioramento.

4 *http://www.iftf.org/our-work/people-technology/games/superstruct/*

Le minacce sono:

- *Quarantine*, che tratta il miglioramento della salute di fronte a epidemie su scala mondiale;
- *Ravenous*, che tratta l'imminente collasso del Sistema alimentare mondiale e la necessità di raggiungere tutte le parti del mondo in modi innovativi;
- *Outlaw Planet*, che traccia gli sforzi nel mettere in sicurezza i canali di comunicazione sfruttati per creare e diffondere terrore su scala globale;
- *Generation Exile*, che tratta l'esodo di massa alla luce della diminuzione di luoghi sicuri per l'umanità e quindi l'aumento del numero di migranti;
- *Power Struggle*, che tratta l'uso di fonti di energia alternative di fronte all'esaurimento delle risorse di olio.

I giocatori per iniziare la sfida devono creare un profilo personale basandosi sulle proprie capacità reali che si pensa di avere nel 2019, rispondendo a delle domande precise, immaginando questo futuro e il proprio luogo all'interno. Questo perché il giocatore non è solo: sfrutta la community di gioco e i punti di forza dei giocatori all'interno. I giocatori infatti interagiscono fra loro discutendo di possibili soluzioni e unendo le singole capacità ed esperienze per lasciare spazio alle soluzioni creative. L'elemento principale del gioco è inventare nuove organizzazioni totalmente diverse da quelle esistenti che sfruttino le capacità di specifici gruppi di persone per fornire soluzioni realistiche ai problemi dati. Lo sforzo del giocatore è quello di reinventare il proprio stile di vita per indagare le sfide a lungo termine, sfruttando la rete di giocatori. O, per restare nel tema della tesi, sfruttando il gruppo e l'apporto di conoscenze e capacità dei singoli individui verso un obiettivo di gruppo comune motivandosi e aiutandosi a vicenda (vedi capitolo 1).

> *"[...] problem solving at extreme scales can involve ordinary people; that all scales of human organization can combine and recombine in startling ways; that continuous reinvention is not only possible, it's an evolutionary imperative for the next decade." (McGonigal, 2011: 331)*

Le idee scaturite dal gioco prese singolarmente non sono in grado di cambiare il mondo, ma quando vengono prese nell'insieme, con un elenco di più di 500 idee, dimostrano di essere spunti di riflessione per una soluzione plausibile ai problemi futuri — e contemporanei. Queste idee sono frutto di una combinazione di persone, competenze diverse e punti di vista innovativi: un perfetto esempio del potere di un gruppo con un obiettivo chiaro. L'intero catalogo delle soluzioni scaturite da questo sforzo collettivo è consultabile online.[5]

5 http://archive.superstructgame.net/superstructures

2.4.2 SuperBetter

SuperBetter (2009) è un gioco di McGonigal indirizzato a chi è nel processo di recupero da un trauma, o sta cercando di superare una condizione di malessere; questo avviene senza sostituire i consigli o le cure mediche convenzionali, ma coinvolgendo l'individuo nel suo recupero e aiutando ad affrontare un momento difficile della vita. La creazione di questo gioco nasce da un evento autobiografico dell'autrice, avvenuto durante la scrittura di *La Realtà in Gioco* (McGonigal, 2011). A seguito di una commozione cerebrale non guarita correttamente l'autrice si è trovata in una situazione difficile da sostenere, finché non ha pensato di creare un gioco per aiutare se stessa a rispettare le buone abitudini e direttive dei medici per affrontare i sintomi e farsi aiutare da parenti e amici. A questo scopo ha creato una narrativa che rendesse più avventurosa la battaglia con i sintomi che stava affrontando, chiedendo l'aiuto di chi le stava attorno con il pretesto di partecipare al gioco.

> *"Now, why a game? I knew from researching the psychology of games for more than a decade that when we play a game — and this is in the scientific literature — we tackle tough challenges with more creativity, more determination, more optimism, and we're more likely to reach out to others for help. I wanted to bring these gamer traits to my real-life challenge, so I created a role-playing recovery game called Jane the Concussion Slayer." (McGonigal, TED Talk[6])*

Basandosi sulle sue ricerche nel campo e la sua esperienza da giocatrice e progettista di giochi McGonigal parte dall'assunto che giocando si accettano le sfide più difficili con ottimismo, determinazione e creatività, facilitando anche la richiesta di aiuto. Tutte queste caratteristiche sono elementi che servono anche nel percorso che bisogna affrontare durante il recupero, così nasce l'idea del gioco. Da questo primo prototipo a uso personale nasce poi *SuperBetter,* che amplia l'idea per poter essere applicata a varie situazioni e migliorare la vita di molte persone nel mondo. Il gioco inizia con cinque missioni e l'invito è completarne almeno una al giorno, in modo da esaurirle entro la prima settimana: il giocatore diventa un eroe che ogni giorno deve affrontare delle sfide, con l'aiuto dei suoi alleati. Le sfide sono in realtà obiettivi inizialmente semplici, che richiedono però un impegno crescente, progettate per reagire positivamente ai momenti difficili della malattia o dei problemi affrontati in generale. Gradualmente le sfide si fanno sempre più difficili, andando a toccare anche gli aspetti più complessi del problema che si sta affrontando, con il sistema di gioco che spinge a chiedere il supporto di amici, parenti e a volta anche di chi sta affrontando problemi simili.

6 https://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_the_game_that_can_give_you_10_extra_years_of_life

Figura 2.5 Immagini dal gioco SuperBetter *(2009).*

Il gioco chiede di individuare *Allies*, gli alleati che aiutano nel recupero, quindi amici e parenti; i *Bad Guys*, i nemici da sconfiggere, ovvero le attività o i pensieri da evitare per migliorare il recupero; i *Power-ups*, o superpoteri, ovvero le attività che aiutano il miglioramento e che aumentano le probabilità di non cedere a pensieri depressivi; infine le *Quest*, le missioni, una lista di cose da fare e obiettivi che ci si sente in grado di fare e che usano le proprie capacità. Alcuni tipi di percorsi propongono già una lista di nemici, superpoteri e missioni, in modo da dare la giusta direzione al percorso. I giocatori vengono però invitati ad aggiungerne di persinali, attingendo a esempi forniti dalla community di giocatori presenti nel forum, dove scambiare idee e fornire altri livelli di aiuto.

Mentre il giocatore si immedesima nella sua identità fittizia, coltiva buone abitudini che lo aiutano nel recupero: stabilire obiettivi realistici, ammettere le sconfitte senza farsi scoraggiare, creare una rete di supporto morale e introdurre attività positive nella giornata. Inizialmente questo gioco era diffuso tramite i social network diffondendo le semplici regole a uso personale, ma è diventato un gioco online sia via web che con applicazione[7] dove sono stati introdotti i set preimpostati di percorsi in base a specifici problemi, compreso il *"I'm just getting SuperBetter"*, dedicato a chi vuole assumere abitudini positive.

7 *https://www.superbetter.com*

Habitica

> *"Greetings, adventurer! Welcome to Habitica, the land of productivity, healthy living, and the occasional rampaging gryphon." (Habitica.com)*

Simile all'idea di *SuperBetter* è *Habitica*[8] (prima chiamato *HabitRPG*): si tratta di un videogioco focalizzato sulle abitudini giornaliere e sulle attività da svolgere. Ogni attività del proprio calendario personale diventa un modo per acquisire esperienza e fare danno a dei mostri che vanno combattuti in *party*, dove ogni giocatore assume un ruolo preso dai classici giochi di ruolo (mago, curatore, ladro, guerriero). I party possono iniziare delle sfide insieme per ottenere dei premi dai mostri (*quest*), oppure i giocatori possono rivolgersi alle più ampie gilde per lanciare delle sfide coinvolgendo anche sconosciuti con premi speciali (*challenge*).
All'interno della community si trovano infatti gruppi dedicati al supporto per aumentare la produttività di tutti i componenti, o challenge sponsorizzate da enti per la salute[9] che incoraggiano abitudini positive. Tutto questo è contornato da un'ambientazione fantasy con quest che richiedono di collezionare oggetti o semplicemente sconfiggere i mostri "conquistando" la propria lista di cose da fare. Anche qui le sfide di ogni giorno diventano delle attività da affrontare giocando, sfruttando la capacità motivante delle meccaniche di gioco, unite al supporto di gruppo.

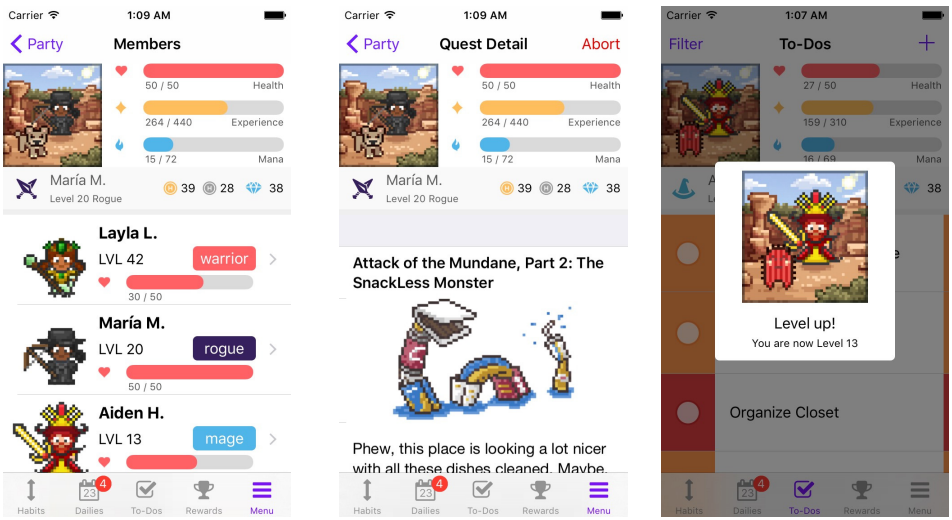


Figura 2.6 Immagini dall'applicazione Habitica *(2013).*

8 https://www.habitica.com
9 http://www.takethis.org/2016/06/level-up-your-self-care-with-habitica-and-take-this/

2.5

Embedded design

Come visto dalle riparazioni di McGonigal e dagli esempi illustrati, il gruppo è una parte importante dell'esperienza di gioco: esclusi i giochi a singolo giocatore, quando il gioco è di gruppo le dinamiche fra giocatori diventano parte integrante dei meccanismi del gioco stesso. Questo porta a far emergere spesso dinamiche di gruppo durante le sessioni di gioco, con un'attenzione più o meno marcata a certi aspetti, come nell'esempio di giochi collaborativi, o all'inverso di competizione.

Mariani (2014) rifacendosi alle teorie di Huizinga (1938) e Turner (1962) spiega a questo proposito:

> *"[...] il senso di appartenenza a un gruppo e il sentirsi parte di una comunità, trattando di gioco, non sono affatto caratteristiche isolare e sporadiche. Già dalle prime testimonianze storiche che arrivano a noi a proposito del gioco, è evidente come il giocare portasse con sé un rafforzamento del senso di appartenenza." (Bertolo & Mariani, 2014: 46)*

Come riuscire a portare l'attenzione sull'effetto dei meccanismi di gruppo tramite un gioco, quando questi sono insiti nell'attività di gioco stesso? Un interessante approccio al problema che è stato usato nella progettazione di *Under Pressure* (capitolo 4) è il modello di *embedded design* (Kaufman, Flanagan & Seidman, 2015), supportato da ricerche ed esperimenti svolti nel laboratorio di ricerca Tiltfactor.

La ricerca si basa sull'osservazione che i giochi persuasivi che affrontano temi impegnati in modo letterale ed esplicito hanno meno probabilità di riuscire a cambiare atteggiamenti e comportamenti rispetto a giochi che usano un approccio più *stealthy* — furtivo — integrando i messaggi persuasivi nel contenuto o contesto di gioco. L'obiettivo di questo approccio è quello di eludere i meccanismi difensivi dei giocatori, stimolando un atteggiamento più ricettivo per interiorizzare il messaggio senza sacrificare il divertimento del giocatore e la rigiocabilità del gioco.
Gli autori osservano come la maggior parte dei Serious Games condividano una filosofia simile:

> *"[...] they present characters, scenarios, situations, and solutions in a direct, matter-of-fact fashion under the ostensibly logical (and well-intentioned) assumption that doing so will automatically encourage and enable players to internalize, and transfer, the game's modelled beliefs and behaviors to real-life context." (2015)*

Per quanto la convinzione che rendere chiaro il messaggio da comunicare aiuti il giocatore a trarre l'insegnamento sperato dall'esperienza, la psicologia moderna sottolinea come questo approccio non sia la modalità migliore. Gli ostacoli sono principalmente due e rimandano alla tendenza umana di resistere alle comunicazioni persuasive che sono percepite come troppo aggressive nel loro approccio.

In primo luogo nel momento in cui un individuo percepisce il tentativo di modificare il proprio comportamento e abitudini attiva la *reattanza psicologica*: uno stato psicologico di avversione causato dalla percepita minaccia alla propria libertà di pensiero e libertà, scatenando il rifiuto del messaggio anche quando questo è allineato con le credenze della persona (Brehm, 1966). Il secondo ostacolo citato da Kaufman, Flanagan e Seidman è il *bias blind spot* — angolo cieco del pregiudizio —, ovvero la consapevolezza dell'esistenza del pregiudizio che viene però minimizzato o negato nel momento in cui viene messo in luce (Pronin, Lin, & Ross, 2002). Le reazioni potenzialmente avverse e difensive del giocatore causate da tentativi di persuasione esplicita non hanno un risultato negativo solo negli interventi relativi al gioco, ma anche nel gradimento dell'attività di gioco stessa. Molti giochi persuasivi, quindi, falliscono nell'intento di coinvolgere i giocatori per colpa della normale reazione umana nei confronti di interventi chiaramente persuasivi. Il punto di partenza dell'approccio descritto dagli autori (Kaufman, Flanagan & Seidman, 2015) è che l'impatto persuasivo di interventi basati sul gioco è aumentato quando il messaggio principale è inserito nei contenuti, meccaniche e contesto del gioco, senza focalizzare l'intera attività sul messaggio da comunicare.

Per questi motivi il modello (Kaufman, Flanagan & Seidman, 2015) offre tre strategie per nascondere le tematiche senza sacrificare il potenziale persuasivo:

- **Intermixing**
  bilanciare i contenuti *"on-message"* e *"off message"* per rendere meno palese e minaccioso il messaggio del gioco, alleggerendo il tono del gioco. Gli elementi persuasivi vengono quindi diluiti dagli altri elementi spostando l'attenzione del giocatore.
- **Obfuscating**
  usare cornici e generi che deviano le aspettative e concentrano l'attenzione del giocatore lontano dal fine persuasivo del gioco. In questo caso si tratta per esempio di usare un genere di gioco solitamente non utilizzato per temi seri, oppure di spiegare il gioco senza sbilanciarsi, o una rivelazione di elementi minacciosi a stadi successivi del gioco. Quest'ultima tecnica è usata anche nella narrazione, per permettere di sviluppare una connessione psicologica con i personaggi e gli eventi prima di rivelare particolari stigmatizzanti.
- **Distancing**
  usare la finzione e metafore per aumentare la distanza psicologica tra le identità e le credenze dei giocatori e il contenuto persuasivo del gioco. Separando i giocatori dalle proprie identità e conoscenze pregresse il gioco può aggirare la reticenza dell'individuo. In questo caso si possono ipotizzare scenari senza trarli dalla vita quotidiana, lasciando sufficiente distanza cognitiva, oppure utilizzando delle metafore o situazioni simboliche.

Queste tecniche permettono al giocatore di affrontare l'esperienza con una mente più aperta e sono state utilizzate nel progetto di questa tesi per risolvere i problemi dati dal tema. Sfruttando proprio il fatto che il gioco si presta naturalmente a far emergere le dinamiche di gruppo ho deciso di focalizzare l'attenzione a fine partita sul tema, lasciando libero il gameplay. All'interno del progetto sono state utilizzate le tre strategie, come è approfondito nel capitolo 4. Gli elementi del gioco non evidenziano infatti quale sia l'intento persuasivo, inserendo riferimenti al gruppo coerenti con l'ambientazione di gioco e creando una narrazione che non si riferisce direttamente al tema, ma che vi rimanda tramite metafore e collegamenti culturali (capitolo 3).

2.6

Rituale e cambiamento

Trattando il potenziale persuasivo del gioco non si può non parlare dell'elemento che permette al giocatore di porsi nello stato mentale ideale: il *cerchio magico*.

La paternità del concetto di cerchio magico risale al filosofo olandese Johan Huizinga (1938) che lo definisce come uno spazio temporaneo all'interno del mondo ordinario entro il quale avviene l'attività ludica. Il gioco vive in un suo spazio definito, ha un inizio e una fine ben precisi e rimane separato dalla vita ordinaria perché le azioni svolte nel gioco non hanno ricadute sulla vita reale, ma restano entro i suoi confini.
Un concetto simile si può ritrovare anche nelle opere di Erving Goffman (1961; 1974). Nel testo Espressione e identità l'autore introduce un concetto molto interessante che è quello di *membrana*: un elemento che trasforma dall'interno le interazioni e che filtra la realtà esterna. Il cerchio magico può essere visto come una membrana che trasforma le interazioni al suo interno, proteggendo lo spazio di gioco senza separarlo totalmente dalla realtà esterna, ma filtrandola.

> *"Una cellula vivente ha di solito una parete cellulare, una membrana, che separa la cellula dai componenti del mondo esterno, assicurando una reazione selettiva fra questi e la composizione interna della cellula. La resistenza e la vitalità della cellula dipende dalla capacità che ha la membrana di mantenere una particolare funzione selettiva. Ma a differenza di un insieme di regole di trasformazione, una membrana compie un lavoro di filtro effettivo, e non si limita a segnalare il mantenimento di una selezione dell'ambiente esterno. Inoltre, la membrana è soggetta a molti pericoli, perché può svolgere il suo lavoro e la sua funzione e in relazione solo a una piccola gamma di mutamenti dal mondo esterno. Se pensiamo a un incontro come se fosse circondato da una membrana metaforica, riusciremo a capire meglio quello che ci interessa." (Goffman 1961: 76-77)*

Nella loro opera *Rules of Play,* Katie Salen e Eric Zimmerman (2004) riprendono questo concetto rileggendolo tenendo conto delle condizioni sociali, culturali e tecnologiche entro le quali avviene l'attività ludica. Il cerchio magico da luogo fisico passa a metafora:

> *"[...] the magic circle of a game is where the game takes place. To play a game means entering into a magic circle, or perhaps creating one as the game begins. The magic circle of a game might have a physical component, like the board of a board game or the playing field of an athletic contest. But many games have no physical boundaries – arm wrestling, for example, doesn't require much in the wat of special spaces or material. The game simply begins when one or more players decide to play." (Salen & Zimmerman, 2004: 95)*

Non è sempre uno spazio fisico: a volte il cerchio magico si crea semplicemente quando due o più persone decidono di giocare. A partire soprattutto da questa definizione il concetto di cerchio magico viene ripreso spesso nel mondo dei Game Studies, con diverse metafore e opinioni a volte discordanti sulla corretta interpretazione del termine. Ciò che resta costante è il bisogno di definire il cambio di atteggiamento e di prospettiva che avviene nel giocatore nel momento in cui inizia volontariamente a giocare.

La definizione continua quindi a essere protagonista di dibattito che scaturisce dal dinamico panorama moderno dei giochi. Jaako Stenros nel saggio *In Defence of a Magic Circle: The Social and Mental Boundaries of Play* (2012) traccia una panoramica delle posizioni più influenti, dalle critiche, alle diverse visioni del concetto.

La maggior parte delle critiche riguardo questo concetto riguardano l'implicazione che i giochi siano strutture formali completamente separate dalla vita ordinaria, ignorando il fatto che siano esperienze vissute (Consalvo, 2009). Questa separazione è una visione molto negativa del cerchio magico, che dal mio punto di vista sembra non considerare come esso interagisca e arricchisca di sensi aggiunti gli elementi della vita reale. Per esempio, le monete in un gioco da tavolo non smettono di essere pezzi di carta, ma assumono un significato che ha senso finché si resta nel momento di gioco, tornando a essere solo un pezzo di carta alla fine del momento ludico. Il mondo di gioco arricchisce la vita reale con nuovi significati all'interno del cerchio magico, non sostituisce l'esistenza o il valore dei singoli elementi. Si tratta quindi di un cambiamento di prospettiva, una condizione mentale che sancisce la durata del momento di gioco variando la percezione degli elementi del gioco.

Altre definizioni propongono nuovi punti di vista alla luce di diverse tipologie di gioco, come i *Pervasive Games*, ossia giochi pervasivi, che si appropriano degli spazi della realtà e possono durare anche intere giornate. Il gioco si inserisce nella quotidianità e i proprio confini temporali e spaziali diventano sfumati. In questo caso il cerchio magico viene visto come un contratto rituale per evitare che i giocatori portino all'interno del gioco motivazioni e storie esterne e allo stesso tempo evitare che essi portino gli eventi di gioco nella vita quotidiana (Montola, Stenros & Waern, 2009).

La definizione di cerchio magico che ritengo dia l'immagine più completa è quella di Ilaria Mariani in *Game Design* (2014):

> *"Il cerchio magico assume dunque le sembianze di una membrana porosa (Montola, Stenros, & Waern, 2009) e permeabile che consente interazioni continue tra ciò che è gioco e ciò che è realtà, e nel fare questo consente al giocatore di relazionarsi con aspetti del quotidiano legati a fattori sociali e culturali che derivano dal proprio contesto di appartenenza."*
> *(Bertolo & Mariani, 2014: 79)*

All'interno del cerchio magico il giocatore si sente sicuro e più a suo agio nell'esporsi, magari calandosi nei panni di qualcuno che normalmente sarebbe lontano dal proprio comportamento abituale. Il giocatore sperimenta, prende rischi, proprio grazie alla separazione che c'è nel momento di gioco dal mondo reale e all'assenza di ripercussioni. Come già affrontato parlando del gioco significativo (paragrafo 2.2) il gioco può in realtà avere delle ripercussioni: esperienze significative possono creare consapevolezza e sensibilizzazione, arrivando anche a cambiare comportamenti e abitudini.

2.6.1 Il cerchio e l'iniziazione

Il concetto di cerchio magico è utile per tracciare un parallelo con il momento di iniziazione al gruppo. Come nel momento di ingresso nel cerchio magico al giocatore viene richiesto di adottare momentaneamente altre cornici di riferimento (Bertolo & Mariani, 2014) con la possibilità di uscirne cambiato, così nell'iniziazione il gruppo chiede all'individuo di adottare le proprie norme e cambiare l'identità personale in relazione all'appartenenza al gruppo (paragrafo 1.2).

Erving Goffman in *Frame Analysis* (1974) illustra come la realtà non sia una unità unica e uniforme, ma composta da vari livelli, da lui definiti *frames*, cornici. Una struttura primaria, quindi il frame di base, può essere un incontro o un rituale, il livello base dell'interazione che non necessita di sforzi interpretativi, ma risponde alla semplice domanda "cosa sta succedendo?". A partire da questo livello l'uomo applica cornici multiple trasformandole in altri tipi di frame, con un processo che Goffman definisce *keying*, mettere in chiave. Ogni messa in chiave aggiunge una stratificazione, ovvero uno strato di cornice che trasforma la struttura primaria, ma la laminazione implica che ci siano dei segni per indicare l'inizio della trasformazione e la sua fine. Questi segni nel gioco sono rappresentato dall'inizio dell'esperienza di gioco, quando il giocatore accetta le regole ed entra nel cerchio magico; l'ingresso in un gruppo possiede invece dei rituali o segnali in base al gruppo stesso, che siano abbigliamento o cerimonie specifiche.

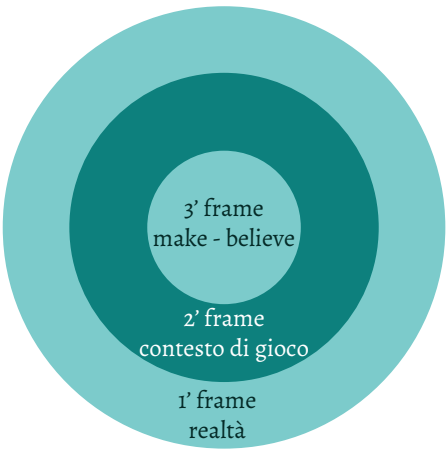


Figura 2.7 Il keying di Goffman (1974). (I. Mariani, 2016: 89-90, traduzione mia)

Come descritto da Ilaria Mariani (2016: 136) quando un individuo gioca è nella struttura primaria della realtà; il secondo frame è il contesto di gioco, dove il giocatore agisce in base al terzo frame, il mondo fittizio, dove le sue azioni assumono un significato. Interagendo con il sistema ludico il giocatore è incoraggiato a muoversi nel mondo fittizio accettando le convenzioni della cultura riflessa nel gioco, anche quando questa è una cultura reale, ma lontana dalla propria. Giocando entriamo in un mondo fittizio attraverso uno spazio protetto, dove possiamo acquisire nuove prospettive e conoscenze mediante l'esperienza di gioco.

Goffman descrive cinque tipi di messa in chiave fondamentali: la finzione (*make believe*), le competizioni (*contests*), le cerimonie (*cerimonials*), le prove tecniche (*tecnical redoings*) e i rifondamenti (*regroundings*). Secondo lo psicologo, i rituali sociali fanno parte del gruppo delle cerimonie, dove una "rete di azioni" viene stabilita in anticipo, togliendo l'azione dalla trama abituale degli eventi e usando la cerimonia per caricare di significato l'evento (1974: 58).

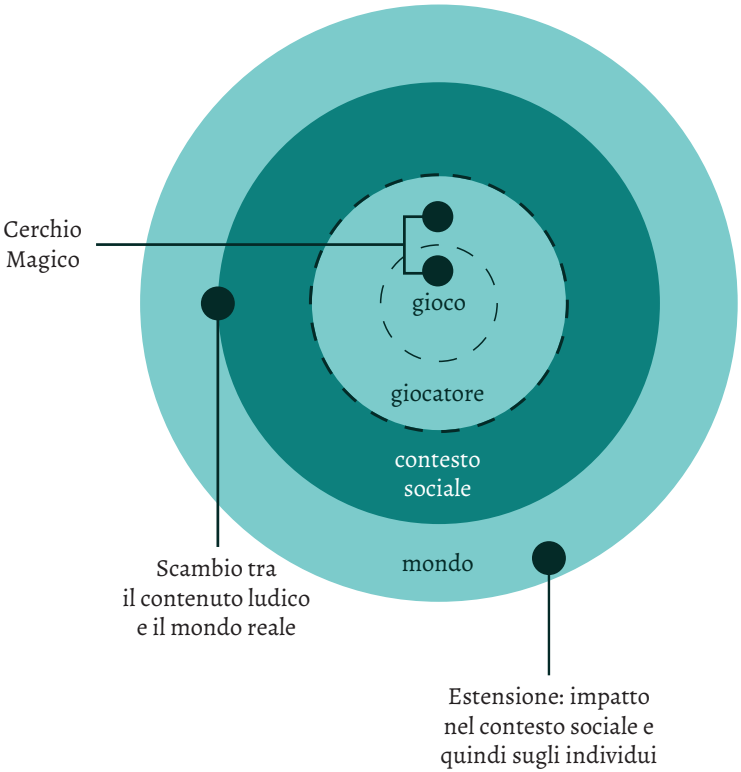


Figura 2.8 Il cerchio magico e il keying di Goffman (1974). (I. Mariani, 2016: 89-90, traduzione mia)

Il paragone che si può trarre tra la trasformazione che avviene durante l'iniziazione a un gruppo — o anche la sola permanenza all'interno di un gruppo — e l'esperienza di gioco significativo non è nuova, ma viene presa in considerazione anche dallo stesso autore:

> *"Gruppi di psicometria e altre sessioni di gioco di ruolo dovrebbero essere ricordati, anche solo per il fatto che la vasta letteratura sull'argomento fornisce l'opportunità di formalizzare i processi di trasformazione coinvolti. Qui, presumibilmente, il fatto di rivivere un'esperienza sotto una guida non solo serve a illustrare temi ma anche a modificare l'atteggiamento dell'attore ei confronti dei temi stessi."*
> *(Goffman 1974: 73)*

Restando nel tema del gioco Mariani (2016) traccia fino a Van Gennep nella sua opera *Rites of Passage* (1909) l'origine dell'analisi di questo momento di trasformazione. In antropologia lo stato di ambiguità del momento in cui un individuo sta fra lo stato precedente e uno differente viene detto *liminality*, o liminale. Questo momento rappresenta l'esperienza di trasformazione fra uno stato iniziale e uno finale: che sia l'ingresso nel cerchio magico, l'ingresso in un gruppo che richiede una ridefinizione di sé, o un passaggio di grado all'interno del gruppo.

Il passaggio è un momento di esperienza significativa e il gioco si pone come facilitatore e attivatore di riflessioni, capace di influire sui comportamenti dei giocatori e provocare cambiamento. La similitudine con il rito di iniziazione in un gruppo conferma la potenzialità del gioco per rappresentare il concetto ricercato all'interno di questa tesi, con l'obiettivo di rendere consapevole il giocatore del potere trasformativo del gruppo.

3.
Comunicare la pressione sociale

L'importanza dei rapporti sociali nella vita di ogni persona è un tema ricorrente nelle narrazioni di vario genere in quanto aspetto fondamentale nella vita di tutti. Alcune storie però riescono ad evidenziare i temi trattati nel capitolo 1 e per questo ne illustro qui alcuni casi, utili a capire l'approccio al tema adottato.
In seguito a questi esempi introduco una riflessione sul tema della narrazione per motivare la scelta dell'ambientazione del progetto descritto nel capitolo successivo.

3.1

Casi studio

Gli esempi elencati di seguito non vogliono essere una panoramica esaustiva di tutte le narrazioni in cui compaiono elementi di influenza sociale, soprattutto perché in numerose situazioni di interazione sociale è possibile avanzare dei parallelismi con le dinamiche di gruppo. L'intento è invece quello di mostrare situazioni specifiche all'interno di queste narrazioni, che sono state fonti di ispirazione per le dinamiche riprese nel progetto di tesi. Questa analisi è frutto della ricerca teorica effettuata precedentemente nel campo della psicologia sociale (capitolo 1).

3.1.1 Norme sociali a confronto

Un esempio recente è il film *Captain Fantastic* (2016) del regista Matt Ross, dove l'importanza dell'interazione sociale viene rappresentata dal gruppo composto dal padre e i figli, presentato come entità isolata dagli altri. Il film mostra un interessante contrasto fra i ragazzi cresciuti interagendo con i numerosi gruppi sociali presenti nella società e quelli cresciuti interagendo con un unico gruppo — i ragazzi protagonisti.

Il padre, infatti, isolandosi dalla società ha creato un gruppo sociale con norme da lui create, influenzando le interazioni e i comportamenti dei figli. Questa differenza viene messa in luce durante tutta la storia, ma viene mostrata in particolare in due scene: l'interazione fra Bodevan, il maggiore dei figli, e Claire, una ragazza conosciuta durante il viaggio (Fig. 3.1); e quella fra Zaja, la minore dei figli, e i cugini (Fig. 3.2).

La prima mostra l'incapacità di questi ragazzi di interagire con coetanei diversi dal proprio gruppo; Bodevan, a vent'anni, si trova spaesato nell'interagire con una ragazza della propria età, in quanto le norme sociali di Claire sono totalmente diverse dalle proprie. Essendo cresciuto con un unico riferimento sociale non riesce a interpretare la situazione che si trova di fronte, e questo gli provoca imbarazzo e soggezione. In altre scene si avverte la sua difficoltà in situazioni dove la sua intelligenza non riesce ad aiutarlo nelle interazioni al di fuori del suo gruppo sociale, mancando dei riferimenti necessari a interpretare correttamente le reazioni altrui.

***Captain Fantastic* (2016)**

Ben e Leslie Cash hanno vissuto con i loro sei figli in una baita in montagna isolati dalla società, passando ai figli i loro ideali di socialismo e sopravvivenza nella natura selvaggia. I bambini sono sottoposti a intensi allenamenti fisici per sopravvivere da soli, e l'educazione è affidata a libri approvati dai genitori.

Prima dell'isolamento a Leslie viene diagnosticato dai medici un disturbo bipolare e la depressione post-partum in seguito all'arrivo del figlio maggiore e quando la situazione diventa insostenibile, nonostante le critiche alla medicina occidentale, decidono di portala in ospedale per arginare il progressivo peggioramento. Mentre si trova in ospedale la donna si suicida. Nel dolore della perdita si inasprisce il conflitto fra Ben e il suocero, che incolpa il marito della donna per quello che è successo e cerca di portare via i ragazzi accusandolo di abuso. Il viaggio verso il funerale della madre è il momento in cui la famiglia stessa riflette sullo stile di vita fino a quel momento vissuto: scontrandosi con la società al di fuori della propria famiglia i ragazzi scoprono di non essere equipaggiati per interagire con il resto del mondo, nonostante tutte le conoscenze acquisite.

L'intera famiglia, mettendo in discussione i propri principi, si trova a cercare una via di mezzo fra i propri ideali e la necessità di interagire con la società.

Figura 3.1 L'incomprensione di Bodevan nell'interazione con una ragazza in Captain Fantastic *(2016).*

Bodevan: I just want to go to college.

Ben: You speak six languages. You have high math, theoretical physics! This is what I'm talking about! What the hell are these people going to teach you?

Bodevan: I know nothing! I know nothing! I am a freak because of you! You made us freaks! And mom knew that! She understood! Unless it comes out of a fucking book, I don't know anything about anything!

Il conflitto con il padre si scatena nel momento in cui Bodevan confessa di essere stato accettato in vari college prestigiosi e la sua volontà di entrare in uno di questi. Il ragazzo accusa il padre di averli resi tutti degli emarginati, "diversi" — *freaks* — ignoranti del mondo "a meno che non sia scritto in un libro". Ben in questa fase inizia a capire che avendo imposto il suo pensiero e il suo stile di vita ha impedito ai suoi figli di fare esperienze preziose nel mondo.

La seconda interazione avviene fra Zaja e i cugini (Fig. 3.2), dove di fronte alla richiesta di spiegare il *Bill of Right* americano risulta lampante la differenza nell'educazione dei ragazzi. Zaja a otto anni si dimostra in grado di citare e spiegare a parole sue la costituzione americana, mentre gli altri due ragazzi, più grandi, riescono a stento a ricordare di cosa si stia parlando. Questa scena, usata per evidenziare il contrasto fra i due tipi di educazione, serve anche per mostrare la differenza di valori all'interno dei due gruppi sociali, in quanto nella famiglia Cash il socialismo e la sopravvivenza sono conoscenze fondamentali per l'identità dei componenti a scapito di qualsiasi altro aspetto della cultura. Questo comporta un'educazione molto approfondita su temi specifici, fra i quali la politica e i diritti personali, che permettono anche a uno dei componenti più giovani di rispondere a domande complesse. Al contrario dei cugini, quindi, l'essere in grado di rispondere a domande relative ai propri diritti è una parte fondamentale dell'identità sociale di Zaja, che si trova confusa dalla reazione degli altri di fronte all'umiliazione dei due ragazzi, a lei sconosciuta in famiglia dove il confronto e lo scambio di opinioni sono un'attività costante.
Questo esempio porta casi estremi di attriti fra gruppi sociali totalmente differenti (nonostante siano della stessa cultura), ma è possibile trovarne anche per esemplificare l'impegno dei componenti dello stesso gruppo sociale.

Figura 3.2 Il contrasto fra Zaja e i due cugini in Captain Fantastic *(2016).*

3.1.2 Seguire le norme sociali

Nella serie *Desperate Housewives* (2004) di Marc Cherry il peso dell'opinione delle persone appartenenti al proprio gruppo sociale è evidente a partire dalla prima puntata.

Desperate Housewives (2004)
La normale vita di un gruppo di casalinghe strettamente legate fra loro prende una piega imprevista quando una del loro gruppo inaspettatamente si suicida. Da questo evento si iniziano a scoprire i segreti nascosti dietro la facciata delle vite perfette delle famiglie coinvolte.

Durante la prima puntata della prima serie vengono presentate le protagoniste principali della serie e per tutte la preoccupazione principale è chiara dopo poco meno di dieci minuti dall'inizio della puntata: la reputazione all'interno del proprio gruppo sociale (Fig. 3.3, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6).

Lynette Scavo: Voglio che vi comportiate bene oggi. Mi rifiuto di essere umiliata davanti all'intero quartiere.

Figura 3.3 Presentazione del personaggio di Lynette in Desperate Housewives *(2004).*

Carlos Solis: Ehy! La gente ci sta fissando, abbassi la voce per favore?
Gabrielle Solis: Assolutamente sì, non devono pensare che non siamo felici.

Figura 3.4 Presentazione del personaggio di Gabrielle in Desperate Housewives *(2004).*

Mary Alice [voce narrante]: Bree era nota per la sua cucina, per i vestiti che si cuciva da sola, per il giardino che curava da sola, per i lavori da tappezziere che faceva da sola. Sì, Bree era nota per i suoi molteplici talenti e tutti nel quartiere reputavano Bree moglie e madre perfetta. Ne erano tutti convinti. Eccetto la sua famiglia.

Figura 3.5 Presentazione del personaggio di Bree in Desperate Housewives *(2004).*

Susan Mayer: Le persone esteriormente hanno un atteggiamento ma interiormente possono essere diverse.
Julie Mayer: Come la donna di papà, che sorride sempre e dice delle belle cose ma che sotto-sotto è una stronza.
Susan Mayer: Non usare quella parola, Julie... comunque è un ottimo esempio.

Figura 3.6 Presentazione del personaggio di Susan in Desperate Housewives *(2004).*

Solo nella presentazione dei personaggi viene sottolineato ripetutamente l'importanza di apparire sempre al meglio nel proprio gruppo sociale, nascondendo i problemi e cercare di assumere comportamenti considerati normali all'interno del proprio gruppo sociale. In questa serie risulta evidente come l'impegno di mantenere alta la reputazione nel proprio gruppo sociale non sia una prerogativa dell'età adolescenziale. Questo paragone fra le dinamiche che si creano nel periodo scolastico e la vita adulta è riconosciuto anche all'interno della serie, come per esempio in questo dialogo:

> *Edie Britt: Girls like you were always cheerleaders. Clear skin, honor roll, popular. In high school I was the girl that hung with the freaks on the loading dock and smoked. Everyone hated us.*
> *Susan Mayer: Well, you know high school. Thank God we leave that behind.*
> *Edie Britt: See, I don't think we do. I'm still the outsider that doesn't get invited to the cool and you're still the perky cheerleader who thinks that she can pull the wool over everyone's eyes.*

[...]
Susan Mayer: Why would you think I was lying?
Edie Britt: ***Because we're still in high school. The old rules apply. The cool kids only talk to the freaks when they need something.***
(Desperate Housewives, *Serie 1 Episodio 12, enfasi mia)*

Emerge qui l'importanza dello status sociale durante la scuola, con i ragazzi popolari che tengono le distanze da tutti gli altri. Edie commenta come queste dinamiche non siano per nulla cambiate nell'età adulta e ci siano ancora gli emarginati che vengono avvicinati dalle persone popolari solo quando a questi ultimi serve qualcosa. Questo mi porta a proporre esempi dal periodo adolescenziale, anche se l'obiettivo della tesi è quello di rivolgermi a un pubblico adulto. Le dinamiche, infatti, sono sempre le stesse e continuano a influenzare i comportamenti.

3.1.3 *Ingresso nel gruppo*

Un metodo per evidenziare i meccanismi di gruppo è quello di introdurre un personaggio esterno, così da renderli riconoscibili per contrasto. In questo modo è possibile far soffermare gli spettatori sulle dinamiche incomprese dal personaggio in questione, in modo da metterle in luce. A un occhio esterno, infatti, quelle che sono le norme sociali e le abitudini consolidate possono apparire come inspiegabili e immotivate, mentre chi fa parte di quel gruppo le ha ormai assimilate fino dare per scontata la loro esistenza. Un esempio è il personaggio di Cady in *Mean Girls* (2004) del regista Mark Waters.

Mean Girls (2004)
Cady Heron è una ragazza che ha ricevuto la propria educazione a casa , dai genitori, mentre vivevano in Africa per 15 anni. La famiglia si trasferisce in America e Cady entra per la prima volta in una scuola pubblica, scontrandosi con la sua ignoranza nelle relazioni sociali che si creano naturalmente in una scuola. Nella sua scoperta dei vari gruppi che compongono la scuola, dagli atleti al club di matematica, si trova coinvolta con le ragazze più popolari. La storia segue Cady nella sua scoperta del mondo scolastico fra vendette, incomprensioni, litigi e nuove amicizie.

Cady, in quanto vissuta in una cultura differente e non essendo mai stata in una scuola, è confusa dalle norme sociali a lei sconosciute come succede ai ragazzi di *Captain Fantastic*, ma è obbligata a porvi rimedio cercando di navigare le convenzioni sociali e le abitudini dell'ambiente in cui si trova. Il momento in cui viene invitata da Regina — il leader del trio di ragazze più popolari — a unirsi al suo gruppo è un esempio del momento di investigazione visto nel paragrafo 1.3: mentre Cady si rende conto che essere in quel gruppo la renderà popolare, Regina cerca di capire se la nuova arrivata è un pericolo o un possibile componente del suo seguito che possa aumentarne la reputazione (Fig. 3.7).
Da questo momento Cady entra a far parte del gruppo, adattandosi alle regole che le vengono imposte, anche quando non sono chiari i motivi: il suo scopo è quello di essere accettata e mantenere la propria reputazione. Durante il film sia il suo comportamento sia il modo di vestire cambia, fino a diventare coerente con lo stile del resto del gruppo, convalidando la sua identità come membro (Fig. 3.8).

Figura 3.7 Il momento di investigazione in Mean Girls *(2004).*

Nel tentativo di mantenere la sua posizione sociale Cady cambia il proprio stile e atteggiamento, gradualmente cambiando la propria identità per sentirsi parte del gruppo più popolare. Il film crea un momento di rottura in cui il personaggio realizza gli aspetti negativi di questo cambiamento e si impegna per porvi rimedio, anche se nella vita di tutti i giorni il processo è molto più difficile da identificare.
Cady è un personaggio esterno, ma sufficientemente simile agli standard del gruppo per essere accettata: l'offerta di unirsi a loro è stata attirata dal suo aspetto fisico, che la rende un possibile candidato all'ingresso del gruppo. Il processo di adattamento avviene spesso nella vita sociale di una persona: come visto nel paragrafo 1.3.3 durante la fase di iniziazione il gruppo segnala l'ingresso di un nuovo individuo come membro ufficiale in vari modi, fra i quali l'uso di un particolare modo di vestire o una cerimonia. Questa azione serve sia ad aiutare il gruppo a riconoscere un nuovo ingresso, sia all'individuo per agevolare il cambiamento nella propria identità sociale.

Figura 3.8 La trasformazione dello stile avvenuta in Cady in Mean Girls *(2004), contrasto palese quando paragonato a quello dell'inizio del film (Fig. 3.7).*

Cambiando genere di esempio nella serie tv *Stranger Things* (2016) di Matt e Ross Duffer, il personaggio estraneo viene diventa parte del gruppo proprio grazie al cambio di aspetto, segnalando anche il momento in cui gli altri componenti accettano la sua presenza.
La ragazzina ha vissuto la sua vita in un laboratorio, con nessun contatto umano positivo, soprattutto della sua età. Il suo comportamento è quindi comprensibilmente strano, e tende ad attirare l'attenzione, fatto che risulta problematico nel momento in cui i tre protagonisti maschili (Mike, Dustin e Lucas) si rendono conto di doverla nascondere il più possibile dagli scienziati del laboratorio che la stanno cercando. Eleven, personaggio ostracizzato ed estraneo alle norme sociali, ha comportamenti e aspetto diversi da quanto ci si aspetterebbe da una ragazza negli anni Ottanta e per riuscire a farla passare inosservata il gruppo decide di occuparsi del suo aspetto. Per quanto il suo comportamento continui ad attirare l'attenzione (per esempio di uno dei professori della scuola che non l'ha mai vista prima), l'aspetto in linea con quello che gli altri si aspettano da una ragazzina di quell'età permette di sviare i sospetti. All'interno della storia questo permette di far passare inosservato un individuo che è ricercato da altre persone, conformando il suo aspetto con quello di altre ragazzine, ma allo stesso tempo sancisce anche il momento in cui entra a tutti gli effetti nel gruppo di amici protagonisti.

Figura 3.9 Nella pagina seguente, il travestimento di Eleven in Stranger Things *(2016).*

Stranger Things (2016)
Un incidente all'interno di un laboratorio e la scomparsa di un ragazzino nella stessa cittadina generano una serie di incidenti che portano i protagonisti alla scoperta di complotti, mostri di realtà alternative e di una ragazzina — Eleven — dai poteri paranormali e dal passato oscuro.

3.1.4 *Il gruppo e il bullismo*

Nel corso delle puntate in *Stranger Things* si assiste spesso a situazioni di bullismo, dalla festa in piscina di Nancy (Fig. 3.10) alle situazioni del gruppo di ragazzini con i due bulli della scuola (Fig. 3.11, 3.12, 3.13).

Nella prima situazione Nancy si trova in una festa in piscina e dopo aver criticato il proprio fidanzato per aver bevuto di un sorso la birra si trova trascinata dagli amici di quest'ultimo a fare la stessa cosa. Nancy non si sente parte del gruppo e nel tentativo di farsi accettare si lascia trascinare dagli altri nel compiere un'azione che normalmente avrebbe rifiutato di compiere. Questo è un esempio di pressione sociale che spinge l'individuo a modificare qualcosa di sé per aumentare la reputazione all'interno del gruppo in cui vorrebbe entrare o sentirsi parte.

Il secondo caso è un classico esempio di bullismo: i tre ragazzini vengono più volte ridicolizzati da due ragazzi più grandi nella loro scuola. Queste situazioni diventano sempre più violente durante la serie. È proprio l'ingresso di Eleven nel gruppo a permettere loro di ribellarsi: per quanto siano i poteri paranormali della ragazza lo strumento della svolta (Fig. 3.12), è il supporto del gruppo e il legame fra i componenti che permette la soluzione al problema (Fig. 3.13).

Figura 3.10 Nancy nella festa in piscina in Stranger Things *(2016).*

Figura 3.11 Mike, Dustin e Lucas con i due bulli della scuola in Stranger Things *(2016).*

Figura 3.12 I bulli della scuola diventano a loro volta vittime di bullismo da parte del resto della scuola in Stranger Things *(2016).*

Figura 3.13 Il confronto definitivo contro i bulli permette di sviluppare un legame più intenso nel gruppo in Stranger Things *(2016).*

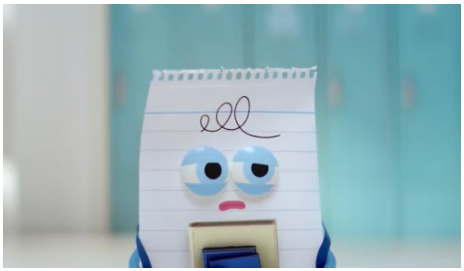
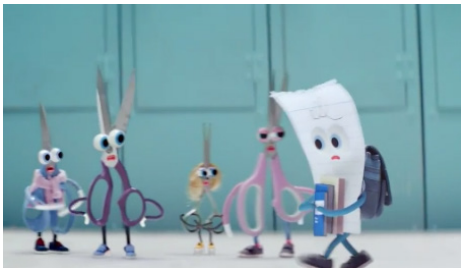
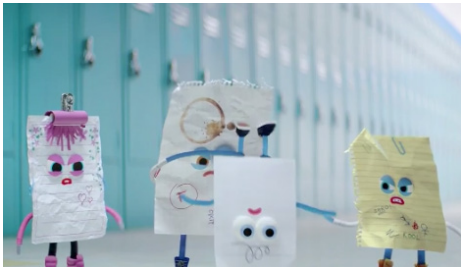
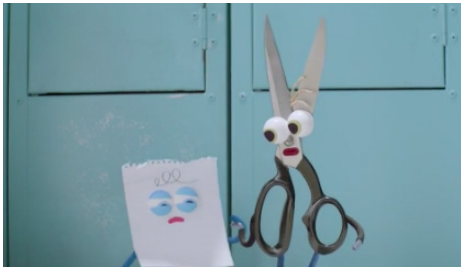
Il gruppo come difesa contro gli atti di bullismo è una dinamica che sfrutta la capacità dei membri di sviluppare le competenze necessarie ad aiutarsi a vicenda e nello stesso tempo il supporto degli altri componenti per fronteggiare i problemi. A questo si riferisce anche la campagna trasmessa da Android in occasione degli Oscar del 2016: *Sasso, carta, forbici*.

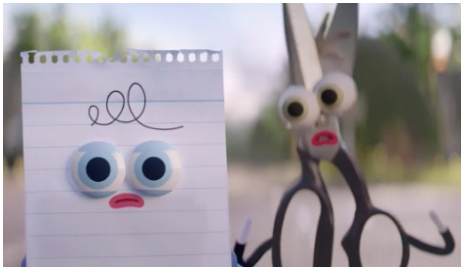
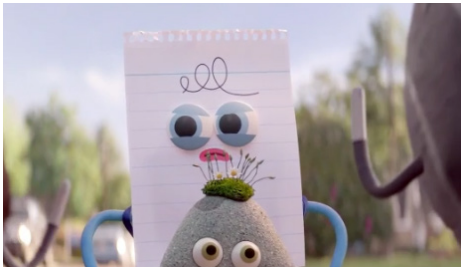
Sasso, carta, forbici (2016)
Il video si apre seguendo il personaggio del foglio di carta mentre attraversa un corridoio scolastico popolato da forbici; vedendo in lontananza dei suoi simili il foglio si avvicina convinto di trovare riparo, ma si trova vittima di bullismo da questi ultimi. A questo punto nota una forbice avvicinarsi che, invece di fargli del male, lo salva dalla situazione. I due personaggi tornando a casa camminando scorgono un sasso vittima di bullismo da suoi simili e sarà invece il foglio a salvarlo. I tre personaggi stringono quindi amicizia e il video si conclude con un messaggio: "be together. not the same" (Fig. 3.14).[1]

In questo spot Android sottolinea la forza della diversità nel contrastare il fenomeno del bullismo: ogni personaggio ha un suo punto di forza che contribuisce alla sicurezza di tutti i componenti del gruppo. L'ingresso in un gruppo non è quindi solo dato dal conformismo nei confronti del resto dei componenti, ma anche dai contributi personali che l'individuo porta a favore del gruppo: in questo caso come meccanismo di difesa. Come emerso durante la campagna *Un Nodo Blu — le scuole unite contro il bullismo* del 2017: "l'unione fa la forza" (Fig. 3.15).

Figura 3.14 Nella pagina seguente, lo spot di Android Sasso, carta, forbice *(2016) contro il bullismo.*

1 http://www.huffingtonpost.it/2016/02/29/spot-android-notte-degli-oscar_n_9346124.html (accesso: marzo 2017)

be together. not the same.

L'UNIONE FA LA FORZA
COMBATTIAMO I BULLI!

Figura 3.16 Nella pagina precedente "L'unione fa la forza combattiamo i bulli!" Nastro blu in occasione della Giornata Mondiale contro il bullismo appeso davanti a una scuola elementare a Romano di Lombardia.

Fear Not! (2005)

In *Come funziona la nostra mente*, Anolli e Mantovani (2011: 298) descrivono un gioco per sensibilizzare sui temi del bullismo nella fascia d'età pre-adolescenziale: *Fear Not!* Il gioco è un prototipo di un programma di simulazione progettato dalle aziende di teconologie Victec e eCircus per simulare situazioni di bullismo nelle scuole elementari. Il giocatore si trova di frontea episodi di bullismo in un contesto scolastico fra personaggi virtuali e deve fornire consigli alla vittima sui comportamenti da assumere. Proseguendo con la storia si possono vedere subito i risultati delle proprie scelte, imparando le conseguenze e invitando alla discussione e al confronto dei risultati in un secondo momento.

Figura 3.15 Scenario in Fear Not! *(2005).*

In uno studio per verificare l'efficacia del sistema (Wolke & Sapouna, 2012) gli autori hanno testato il gioco in scuole in Inghilterra e in Germania per un breve periodo. I risultati in Inghilterra sono stati viziati da esperienze precedenti, in quanto altre campagne di sensibilizzazione hanno preceduto il test, diminuendo l'efficacia del messaggio perché gli alunni conoscevano già le scelte corrette da effettuare avendole imparate durante queste attività. Questo ha diminuito l'impegno dei giocatori e le riflessioni sul tema, mettendo in discussione l'efficacia dell'esperienza nei test che tracciavano l'efficacia successivi. In questi casi infatti, sapendo le risposte corrette anche prima, la simulazione non ha cambiato le risposte dei giocatori. Al contrario lo studio in Germania in una scuola che non aveva programmi di sensibilizzazione ha portato buoni risultati in termini di comprensione del problema e delle scelte corrette da effettuare in situazioni di bullismo. Il gioco, in quanto esperienza solitaria durante la sessione, prevede un momento di discussione successivo, con l'obiettivo di consolidare le sensazioni provate durante le situazioni mostrate. Lo scopo del progetto è quello di spingere gli spettatori di episodi di bullismo a intervenire o aiutare la vittima cercando di sviluppare l'empatia. In questi casi, oltre alle risposte corrette nei test successivi, l'osservazione dei comportamenti dei bambini che avevano provato il gioco ha dimostrato l'efficacia nel cambiare il loro punto di vista riguardo gli episodi di bullismo dei quali si trovavano spettatori.

3.1.5 *Riflessioni*

Questi esempi sono molto utili come spunti per osservare i diversi aspetti che vengono comunicati dell'influenza sociale: quello più diretto è il gioco *Fear Not!*, anche se relativo principalmente al tema del bullismo è un modo diretto per far riflettere lo spettatore. Un sistema di simulazione così ha però il difetto di non essere altrettanto efficace con un target più adulto, come analizzato meglio nel capitolo 2.5, ma fornisce uno spunto interessante.

Altrettanto utile è vedere come lo stratagemma di evidenziare le dinamiche sociali proponendo un personaggio esterno al gruppo e ignaro delle norme sociali sia particolarmente efficace: il contrasto fra i due modi di pensare e l'adattamento delle due parti riesce a trasmettere il processo di cambiamento dell'individuo di fronte a nuovi gruppi sociali. L'unica apparente eccezione potrebbe essere *Desperate Housewives*, che riesce ad aggirare il problema con un narratore esterno che giudica e si sofferma su certi aspetti. Questo espediente narrativo è usato all'interno del mio progetto, come descritto nel paragrafo 3.2.3.

3.2

Narrazione

Questa analisi di tipologie diverse di racconti attorno al tema dell'influenza sociale costituisce una breve panoramica su esempi di narrazione per veicolare il messaggio. Infatti, la scelta di usare il metodo dell'embedded design spiegata nel capitolo 2.5 richiede un contesto narrativo ben progettato per mantenere l'equilibrio fra piacevolezza dell'esperienza ed efficacia.
Maresa Bertolo (2014: 184) sottolinea la stretta relazione presente fra gioco e narrazione, con tre situazioni possibili: la storia in un gioco può essere simboleggiata in astratto, con suggestioni e possibili interpretazioni, ma senza essere esplicitata; un gioco può avere lo scopo esplicito di raccontare una storia, dando la possibilità ai giocatori di recitare un ruolo; infine un gioco può narrare una società, con gli usi e le norme sociali, le credenze dei protagonisti insieme agli eventi, come un documentario di un mondo realistico. Considerato l'obiettivo del progetto, la terza situazione è quella scelta in questa tesi, che richiede quindi la creazione della narrazione di un mondo finzionale.
Stabilito ciò, cosa si intende per narrazione? Davide Pinardi nel suo saggio *Narrare, dall'Odissea al mondo Ikea* (2010) analizza proprio il mondo della narrazione. Le narrazioni hanno un'estrema importanza a partire dagli inizi della storia dell'umanità e sono ovunque, anche nella quotidianità delle persone, come trattato anche da Crawfod trattanto lo storytelling interattivo

(Crawford, 2012). Le narrazioni sono alcune delle infinite e complesse immagini del mondo che gli essere umani costruiscono e trasmettono quando a contatto con altri. Cos'è, quindi, la narrazione?

> *"[...] una tecnica, specifica e di capitale importanza, che il genere umano ha creato, partendo dalle proprie concrete necessità vitali, per risolvere basilari problemi di conoscenza e di comunicazione al fine dapprima di garantire la propria sopravvivenza e quindi di migliorare la propria esistenza." (Pinardi, 2010, 11)*

Il fine della narrazione è quello di acquisire, organizzare, memorizzare e condividere conoscenze, o meglio, le immagini della realtà interpretate dall'individuo con le sue emozioni. Con la narrazione, infatti, gli individui rendono comunicabili i propri universi interiori, riuscendo a trametterli e a ottenere un responso dall'esterno. La trasmissione non avviene in modo neutrale, anche quando c'è lo sforzo di restare fedeli, perché questo processo viene sempre mediato dal momento precedente di rappresentazione, quindi soggettiva. Ciò che si narra è quindi una approssimazione di realtà, un'immagine frutto di un punto di vista e di una metodologia di raffigurazione (Pinardi, 2010: 18).
Pinardi osserva che ogni narrazione si costituisce attraverso un processo creativo che coinvolge una serie di componenti ugualmente indispensabili al risultato finale:

- **Narratore**
  la figura essenziale del processo, decide quali informazioni divulgare e le modalità di racconto;
- **Narratario**
  destinatario della narrazione, per quanto possa sembrare passivo è in realtà chi consente l'avvio della narrazione e può interromperla o trasformarsi a sua volta in narratore;
- **Patto fiduciario**
  accordo tra narratore e narratario che sancisce la reciproca accettazione dei ruoli: il tradimento del patto fiduciario interrompe la narrazione;
- **Cornice narrativa**
  campo concordato tra narratore e narratario, sancisce i limiti della narrazione per mantenere una propria coerenza;
- **Committente**
  figura grazie alla quale avviene la narrazione, può influenzare la comunicazione o essere direttamente il narratore;
- **Modalità di trasmissione**
  mezzo comunicativo scelto, deve essere adeguato al tipo di narrazione e viene stipulata all'interno del patto fiduciario.

Come osservato da Mariani (2014: 186) anche nel gioco si possono riconoscere questi elementi: la cornice narrativa diventa il cerchio magico, per esempio, e viene richiesta una coerenza interna tra contesto, storia e azioni del giocatore, che può essere considerato parte del patto fiduciario ludico. L'esperienza significativa creata dal gioco è frutto dell'accordo fra le due parti, dove il giocatore entra volontariamente nel cerchio magico e il sistema ludico accetta di non tradire le aspettative del giocatore.

3.2.1 Il *viaggio dell'eroe*

Chris Vogler nella sua opera *Il viaggio dell'eroe* (1992) approfondisce la struttura del mito usata da scrittori di narrativa e di cinema, riprendendo e rielaborando la teoria di Joseph Campbell (1949). Vogler individua in ogni narrazione degli elementi universalmente rintracciabili al viaggio di un eroe, con pattern riconoscibili. L'autore ha infatti analizzato numerosi film riconoscendo queste strutture ripetitive ricorrenti: sintetizza i suoi ritrovamenti in 7 archetipi di personaggi funzione e 12 tappe di viaggio. Questa analisi semplifica l'originale proposta da Campbell, alla luce delle riflessioni di Vogler riguardo a opere cinematografiche.

Riassumendo il viaggio dell'eroe (Vogler, 1992: 21):

1. Gli eroi vengono presentati all'interno del loro **mondo ordinario**, dove
2. Ricevono il **richiamo all'avventura**.
3. Da principio sono **riluttanti** e **rifiutano la chiamata**, ma
4. Vengono incoraggiati da un mentore a
5. **Varcare la prima soglia** e a penetrare nel Mondo Stra-Ordinario dove
6. Si imbattono in **prove**, **alleati** e **antagonisti**.
7. Si **avvicinano alla caverna più recondita** varcando una seconda Soglia dove
8. Sostengono la **prova centrale**.
9. Si appropriano della loro **ricompensa** e
10. Vengono inseguiti lungo la **via del ritorno** vero il Mondo Ordinario.
11. Varcano la terza Soglia e vivono l'esperienza della **resurrezione**, in seguito alla quale vengono trasformati.
12. **Ritornano con l'elisir**: una dote o un tesoro portatori di benefici per il Mondo Ordinario.

Le ultime due fasi del viaggio dell'eroe rivelano l'importanza di questa struttura narrativa in particolare per questa tesi, essendo l'obiettivo quello di mostrare un cambiamento. Il mondo narrativo costruito implica quindi un viaggio dei personaggi verso luoghi lontani, dove fare esperienze tali da giustificare il cambiamento, simile a quello che avviene nell'appartenenza a un gruppo.

Nel ritorno con l'elisir, l'eroe sceglie se tornare nel luogo di partenza o proseguire il viaggio. In entrambi i casi procede con la sensazione di non essere più lo stesso dall'inizio del viaggio, carico di nuove esperienze raccolte nel percorso. Il finale può essere quindi aperto, con la prosecuzione del viaggio e la mancata risoluzione di alcuni interrogativi, oppure circolare, quando l'eroe torna nel luogo di partenza. Far tornare l'eroe consente di mostrare al pubblico il paragone con la situazione iniziale, dando la misura del cambiamento e di come il mondo di partenza sia diventato quasi estraneo.

3.2.2 *Fantascienza*

Da Treccani la fantascienza viene definita come un

> *"genere letterario, estesosi poi al cinema, in cui l'elemento narrativo si fonda su ipotesi o intuizioni di carattere più o meno plausibilmente scientifico e si sviluppa in una mescolanza di fantasia e scienza." (Treccani[2])*

Gli inizi di questo genere letterario risalgono alla seconda metà del diciannovesimo secolo, quando si sviluppa il romanzo avveniristico. I due fondatori del genere rappresentano anche i due filoni principali in cui ancora oggi si divide: Jules Verne tende all'avventuroso, al meraviglioso e mostra con un affascinato interesse il progresso tecnico; dall'altro lato Herbert-George Wells prende una posizione molto più critica e pessimistica, vedendo nelle conquiste dell'uomo moderno futuri apocalittici.

Dal punto di vista del cinema la fantascienza è uno dei filoni del fantastico, definita, sempre in Treccani come *il luogo narrativo dove l'ordinario e lo straordinario si incontrano dando esito al soprannaturale*.[2] Nel corso del ventesimo secolo, grazie agli sviluppi della tecnologia, la fantascienza si è consolidata come un "immaginario tecnologico" cui sia il cinema sia la letteratura si ispirano per esprimersi. Nel dopoguerra, con l'affinarsi dei mezzi tecnologici, la fantascienza si affermò nel cinema come genere autonomo e durante la Guerra Fredda l'immaginario fantascientifico ricevette un notevole impulso.

2 *http://www.treccani.it/enciclopedia/fantascienza/ (accesso: marzo 2017)*

L'invasione aliena è un tema classico della fantascienza, spesso per lo sfruttamento del pianeta Terra da parte di extraterrestri. Le origini risalgono proprio agli inizi del genere, tracciabili nel 1897 con l'opera *La guerra dei mondi* di Herbert-George Wells, dove viene narrata l'invasione dell'Inghilterra vittoriana da parte di marziani. Non a caso gli adattamenti più famosi di questa storia sono il l'adattamento eadiofonico di Orson Welles del 1938 e il film di Byron Haskin del 1953, trasformandosi da critica alla società vittoriana a una visione della società americana durante la Guerra Fredda, iniziando a mostrare nel genere fantascientifico i timori dell'epoca.

In alcune storie, gli invasori alieni si infiltrano e sovvertono la società umana in modo occulto: studiando le norme sociali e le abitudini degli umani si travestono e imitano i comportamenti altrui. Lo scopo è quello di sovvertire la società infiltrata dall'interno, trarne un vantaggio o scalare ai vertici del potere per preparare una vera e propria invasione. Questo tipo di invasione subdola e silenziosa sottolinea timori sociali ed è stato molto comune proprio nel periodo della Guerra Fredda con il sospetto diffuso di spie comuniste. Infiltrazioni silenziose con alieni che prendono possesso delle menti degli esseri umani, rendendoli schiavi o appropriandosi dei loro corpi, rendendo la guerra non necessaria:

> *"Invasion films were common in the 1950s featuring a variety of aliens portrayed as superior to earthlings both in intelligence and technology. In these films, aliens represent what some Americans feared about the Soviets. Invaders, friends or enemies, and often with the help of robots, either come to warn earthlings or destroy them with superior technology. Sometimes the invaders use the strategy of infiltration, taking over the minds of the people, making slaves of them or appropriating their bodies, thus making war unnecessary."*
> *(Lev, 2006)*

Un esempio di conquista silenziosa è nel romanzo di fantascienza di Jack Finney *L'invasione degli ultracorpi* del 1954, dove dei semi piovono sulla Terra duplicando un essere umano. Quest'ultimo alla fine del processo si dissolve lasciando spazio solo alla copia aliena, impossibile da distinguere a primo impatto se non per l'incapacità di provare emozioni, che li rende pericolosi e spietati. Un altro esempio, sempre di infiltrazione, è *Il giorno dei trifidi* di John Wyndham del 1951, dove in seguito a una pioggia di meteoriti che tolgono la vista a parte dei terrestri, delle piante aliene iniziano l'invasione terrestre cibandosi degli esseri umani. In questo caso quello che inizia come infiltrazione silenziosa diventa una vera e propria invasione con gli umani confinati in zone limitate della Terra mentre gli alieni si appropriano di tutto il pianeta.

Mars Attacks! (1996)

La grande importanza delle tematiche appena descritte negli anni Cinquanta viene riproposta nel 1996 da Tim Burton nel film satirico *Mars Attacks!*, una parodia dei film di fantascienza di quel periodo.
L'aspetto degli alieni è ispirato all'omonima serie di figurine pubblicate da Topps nel 1962 negli Stati Uniti (Fig. 3.18), dove si illustrava l'invasione della Terra di una popolazione marziana crudele e violenta. Alcune scene riprendono direttamente le figurine, come quella del soldato che sfida i marziani o l'effetto delle armi degli invasori. Rafforzando però il collegamento agli anni Cinquanta queste figurine, a loro volta, erano ispirate al film del 1955 di Joseph Newman *Cittadino dello spazio*.

Figura 3.17 I marziani arrivano sulla Terra in Mars Attacks! *(1996).*

Figura 3.18 Figurine del 1962 che hanno ispirato Mars Attacks![1].

1 *https://www.flickr.com/photos/31558613@N00/albums/72157625601126001 (accesso: marzo 2017)*

Nel corso del film si possono trovare gli elementi ricorrenti delle narrazioni fantascientifiche, fra le quali anche l'infiltrazione aliena. Per eliminare il presidente i marziani infiltrano un loro agente travestito da donna all'interno della Casa Bianca, con l'intento di sedurre il segretario per accedere al luogo. La citazione è volutamente umoristica, proprio perché il comportamento del personaggio è eccentrico e quindi non è una vera e propria conquista silenziosa: oltre ai movimenti e alla capigliatura sospetti, l'alieno non batte mai le ciglia.

Figura 3.19 L'alieno infiltrato in Mars Attacks! *(1996).*

Per quanto sia una parodia la storia è largamente influenzata dalle figurine precedentemente citate, che portano sul retro brevi testi descrittivi delle situazioni illustrate e dall'immaginario degli anni Cinquanta. L'idea dell'infiltrazione in un pianeta alieno, con la necessità di mimetizzarsi con la società occupata, è stata d'ispirazione alla narrazione del progetto di tesi.

Figura 3.20 Lo svelamento definitivo in Mars Attacks! *(1996).*

3.2.3 *Gruppo, gioco, viaggio: il cambiamento*

La scelta della narrazione fantascientifica mi permette di riprendere il filo conduttore di tutta la tesi: il cambiamento. Nell'analisi tracciata all'inizio della tesi ho individuato il momento dell'iniziazione (paragrafo 1.4) come il momento più rappresentativo del cambiamento causato dalle dinamiche di influenza sociale sull'individuo e sul gruppo. Questo è diventato per me l'obiettivo da comunicare e al tempo stesso la chiave per trasmettere le dinamiche analizzate durante la ricerca.
La scelta di un gioco da tavolo è collegabile direttamente a questo intento. La vicinanza dei giocatori durante il gioco permette di sfruttare proprio le dinamiche di gruppo che si possono creare quando i giocatori entrano nel cerchio magico. Ho già trattato il paragone che si può tracciare fra esso e il rito di iniziazione come motori di cambiamento nel paragrafo 2.6.

L'ambientazione riprende sempre questo filo conduttore: da una riflessione iniziale sulle differenze fra gruppi e lontananze culturali ho preso la direzione dell'esasperazione del concetto di "estraneo". Una prima direzione contemplata riguarda il mondo fantasy con le diverse creature e razze presenti nell'immaginario collettivo, fino a trovare la soluzione nel termine "alieno", che ha dato il tono della successiva fase di esplorazione. L'alieno viene qui considerato come metafora per l'individuo che cerca di introdursi nel gruppo, ma è totalmente estraneo alle convenzioni sociali. Come visto nel capitolo relativo ai casi studio, questo stratagemma permette di mostrare incomprensioni e malintesi dati da norme sociali differenti giustificando quindi variazioni repentine di reputazione all'interno del gruppo. Definendo i giocatori come avventurieri che si infiltrano in un altro pianeta fino a quel momento a loro sconosciuto porta con sé un immaginario di differenze sociali, la necessità di simulare il comportamento altrui e l'accettazione di imposizioni dagli altri componenti del gruppo per non essere esclusi.
Il giocatore non smette mai di essere alieno: come descritto parlando del viaggio dell'eroe, alla fine del percorso l'esperienza ha cambiato a tal punto il protagonista che una volta tornato al punto di partenza non è più lo stesso — alieno, appunto.

alièno *agg. e s. m. (f. -a)*
[dal lat. alienus «altrui»].

1. agg.
a. letter. Di altri, che appartiene ad altri: fece guerra con le armi sue e non con le a. (Machiavelli). Quindi anche (non com.), ***diverso, estraneo****: non mi pare a. dalla materia discorrere ... (Machiavelli).*
b. Che rifugge da qualche cosa, contrario, avverso: essere a. da compromessi; sono a. dalle discussioni inutili; era un giovine pacifico e a. dal sangue (Manzoni); non essere a. da una cosa, esserci disposto, propenso: non sono a. dal credergli.

2. s. m. Nel linguaggio fantascientifico, per lo più al plur., gli abitanti di un altro pianeta, di un altro sistema, di un'altra galassia; ***in senso fig., chi è diverso rispetto a un ambiente, a un contesto sociale*** *e sim.: in mezzo a quelle signore snob è proprio un'aliena; nell'ambiente accademico si sentì sempre un alieno.*

(Dizionario Treccani, enfasi mia)

4.
Il progetto

Il progetto è un gioco da tavolo *Under Pressure*, in cui i giocatori vivono le dinamiche di gruppo alla base dell'influenza sociale nascoste nelle meccaniche del gioco stesso grazie all'ambientazione scelta. Lo scopo è quello di far riflettere sul potere del gruppo di cambiare l'individuo senza che quest'ultimo se ne renda conto e di come in età adulta si tenda a sottovalutare questa forza. Per premettere di evidenziare solo le dinamiche non sono stati forniti giudizi, riprendendo la visione dell'influenza sociale come forza neutrale giudicabile sono in base agli effetti.

Per riuscire a mostrare le dinamiche senza renderle ovvie ho scelto di usare uno svelamento finale del tema, in modo che i giocatori possano riflettere sulle azioni svolte solo alla fine della partita, senza influenzare l'andamento del gioco. Questo è possibile anche grazie all'ambientazione scelta che si presta particolarmente bene al tema trattato.

I giocatori vestono i panni di avventurieri che si infiltrano in gruppi appartenenti a un pianeta recentemente scoperto per poter accedere alle ricchezze interne cercando di non farsi scoprire dagli abitanti stessi. Scopo dei giocatori è vendere la quantità maggiore di materiali guadagnando più soldi possibili, rappresentati dai Punti Vittoria,, che vengono influenzati dalla loro Reputazione. Per ottenere ciò devono riuscire a difendersi dagli attacchi di ogni genere degli altri giocatori.

In questo capitolo presento una panoramica delle meccaniche, dinamiche e degli elementi del gioco e la giustificazione delle scelte attuate in base a ricerche teoriche sul tema e sull'ambientazione scelta.

4.1

Obiettivi e destinatari

L'obiettivo di questo progetto è quello di focalizzare l'attenzione dei giocatori sui cambiamenti che avvengono nell'individuo all'interno di un gruppo senza porre un giudizio sulla loro qualità. Come descritto nel capitolo 1, infatti, le stesse dinamiche si trovano sia nelle situazioni di influenza sociale positive che in quelle negative, quindi non vengono proposte valutazioni, ma una descrizione delle dinamiche in atto. Il progetto si pone l'obiettivo di sensibilizzare una persona che non si caratterizza in modo particolare per età o appartenenza sociale, ma è un generico cittadino adulto. Il progetto fornisce strumenti per riconoscere quando vengono applicati questi meccanismi di influenza e creare consapevolezza sul tema, le sue dinamiche e sulle conseguenze, sia nell'applicarli sia nel subirli. A questo scopo il gioco si focalizza sull'ingresso nei gruppi e sui cambiamenti che avvengono nell'individuo per accomodare le richieste e le aspettative dei suoi componenti. Questa decisione permette di sfruttare la narrativa descritta nel capitolo 3.2 durante l'analisi dei casi studio, come viene analizzato più in dettaglio nel paragrafo 4.2. A livello progettuale viene sfruttato il metodo dell'embedded design descritto nel paragrafo 2.5 per creare un momento di riflessione finale, lasciando che le dinamiche emergano naturalmente durante il gioco, per essere poi analizzate con cognizione di causa in seguito.

4.1.1 Destinatari

I destinatari per questo progetto si dividono in due livelli definibili come primario e secondario.

Nel livello primario, al primo posto in ordine di importanza, ci sono persone soggette a influenza sociale per le quali questo gioco diviene una finestra sulle dinamiche e modalità in cui si crea il cambiamento nell'individuo. Il gioco diventa uno strumento che favorisce la comprensione della pratica, così come potenzialmente la difesa o interagirci in modo consapevole. Come già visto nel capitolo 1 l'influenza sociale può essere coscientemente utilizzata dall'individuo come supporto per la realizzazione di bisogni personali. Considero queste persone come target principale in quanto il bisogno risulta più pressante, ma soprattutto quando viene subita senza essere nemmeno identificata, lasciando la persona senza difese. Come visto nel paragrafo 1.5 l'influenza sociale può essere inconscia e difficile da riconoscere senza capirne i meccanismi: una persona che viene spinta dal gruppo ad agire in un determinato modo tende a giustificare l'azione anche a se stesso, negando di essere soggetto ad influenze (Rosenberg, 2011).
L'obiettivo è quindi fornire degli strumenti per creare consapevolezza di quelle dinamiche di gruppo che possono spingere a scelte inconsapevoli e creare un momento di riflessione sul tema.

Analogamente fanno parte del target primario coloro che applicano la pressione sociale, anche inconsapevolmente, alle quali far comprendere invece la portata dell'influenza e le possibili ripercussioni negative o positive. Essendo una dinamica che si crea principalmente all'interno del gruppo, non è immediato il riconoscimento della portata delle conseguenze psicologiche. In *Under Pressure* invece queste ripercussioni sono mostrate in modo diretto e il momento di riflessione finale serve a fare riflettere e diventare consapevoli degli effetti, sia positivi che negativi.

Queste sono le persone che già si trovano a far fronte al problema, ma non sempre sono in grado di riconoscerlo e quindi sapersi adattare per usarlo a proprio favore. Intento principale del progetto è sensibilizzare sul potere dell'influenza sociale, ma anche mettere in condizioni di interagirci in modo consapevole.

A questo proposito aggiungo un target di secondo livello, non meno importante, ma meno direttamente coinvolto: si tratta delle persone potenzialmente influenzabili dalla pressione sociale, alle quali fornire la consapevolezza della potenzialità e dei pericoli dell'influenza sociale.

Nel corso della ricerca necessaria ad affrontare questo tema il periodo adolescenziale è quello che ritorna più spesso, ma come già scritto nel paragrafo 1.5 la pressione sociale non si ferma a quell'età, ma continua a essere presente nella vita quotidiana anche in età adulta. La differenza più sostanziale sembra il fatto che quando avviene in età adulta sia meno riconoscibile e più inconscia, diventando quindi in realtà qualcosa di potenzialmente pericoloso per l'individuo che non la riconosce. È quindi questo il mio target principale, proprio perché non essere consapevoli del rischio di questa pressione psicologica porta a esserne vittime. Ritengo quindi una sfida interessante riuscire a far riflettere persone in età adulta e individuare le dinamiche di gruppo che sicuramente incontrano quotidianamente, ma probabilmente non riconoscono. Rivolgersi direttamente a un pubblico adulto, specialmente nelle situazioni create all'interno del progetto, non significa eliminare l'adolescente come target, ma dare all'adolescente gli strumenti per affrontare sia l'influenza sociale del suo gruppo, sia quella che si troverà a fronteggiare nell'età adulta.

4.2

Contesto narrativo

L'ambientazione riprende alcune tematiche viste in precedenza analizzando il tema della narrazione (capitolo 3.2): è stato scelto un pianeta alieno per trasmettere l'idea di estraneità al gruppo nel quale si vuole entrare e il pericolo di essere scoperti la giustificazione per mantenere il livello di reputazione.
La storia permette di introdurre l'importanza del gruppo e della reputazione, tema che viene riproposto anche nel materiale di gioco. Allo stesso tempo il concetto di influenza sociale non viene proposto da subito, lasciando che l'approccio dei giocatori all'artefatto non si dichiari marcatamente persuasivo in linea con il modello di embedded design spiegato nel paragrafo 2.5. Mantenendo questo equilibrio all'interno del materiale di gioco l'ambientazione permette di presentare termini e situazioni che alludono alla tematica in vista dello svelamento finale.

Alcuni giocatori sensibili all'argomento possono rendersi conto dei riferimenti contenuti in alcune parti del materiale di gioco, ma il fatto che sia così attinente all'ambientazione creata non causa gli atteggiamenti difensivi tipici della resistenza ai contenuti persuasivi.

Siamo in un pianeta lontano, famoso produttore di materiali esclusivi e ricercati in tutta la galassia. Il mercato è chiuso e inaccessibile dall'esterno per proteggere l'economia interna, ma gira voce che introducendosi nelle più importanti corporazioni si riesca ad accedere alle famose ricchezze fino a quel momento proibite.

L'occasione è ghiotta e degli avventurieri decidono di tentare la fortuna infiltrandosi in quel gruppi, vendendo i materiali illegalmente nel mercato della galassia.

Dovranno cercare di mantenere alta al loro reputazione per sviare i sospetti, chi sarà il trafficante più ricco?

4.2.1 Componenti visive

Lo stile dei materiali di gioco si ispira allo stile richiamato dall'ambientazione di gioco prendendo spunto dall'immaginario fantascientifico degli anni Cinquanta.

Negli esempi qui riportati (Fig. 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5) ho inserito alcune delle grafiche di riferimento tipiche di quegli anni, scegliendo gli esempi dallo stile pulito per permettere un'agevole fruizione dei materiali, pur richiamando il periodo storico scelto. Questo richiamo permette di mantenere coerenza fra l'ambientazione scelta e i materiali di gioco. La scelta della grafica con colori piatti e grafiche vettoriali è quindi un misto fra l'ispirazione al periodo storico richiamato dall'ambientazione e la necessità del materiale di gioco di riportare molte informazioni sotto forma di testo scritto.

Una seconda fase della ricerca è stata nel mondo della grafica fantascientifica moderna per trarre elementi grafici coerenti con la tipologia di narrazione. La grande quantità di spunti è stata ulteriormente ridimensionata al fine di trarre principalmente simboli per le carte per mantenere il materiale pulito graficamente, mentre la maggior influenza della ricerca iniziale è risultata nel pattern usato per il retro delle carte (Fig. 4.6, 4.7, 4.8, 4.9).

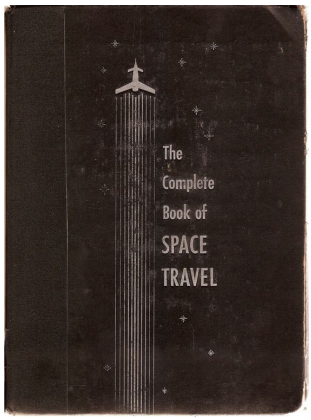


Figura 4.1 The Complete Book of Space Travel *Albro Tilto Gaul (1956).*

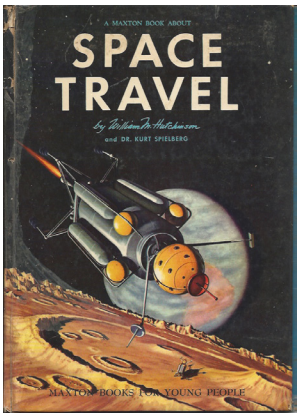


Figura 4.2 Space Travel *William M Hutchinson (1958).*

Figura 4.3 Confezione di aghi anni Cinquanta.

Figura 4.4 Nino Nanni per Campari (1958).

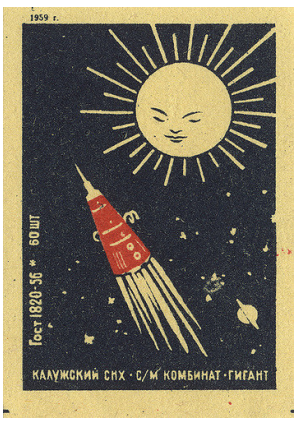


Figura 4.5 Confezione di fiammiferi russa (1959).

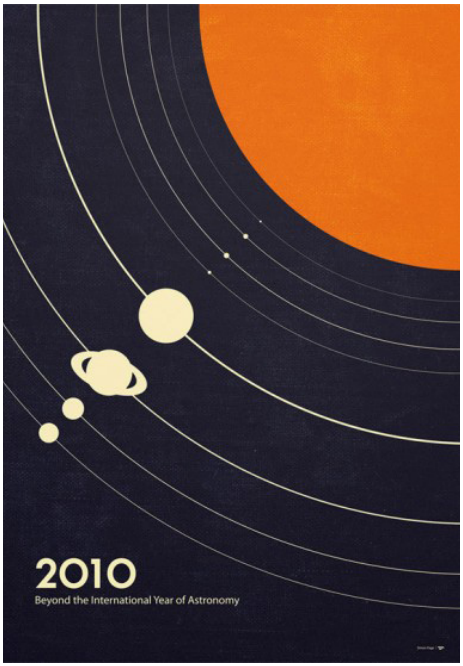


Figura 4.6 Beyond the International Year of Astronomy Series #4 *di Simon Page.*

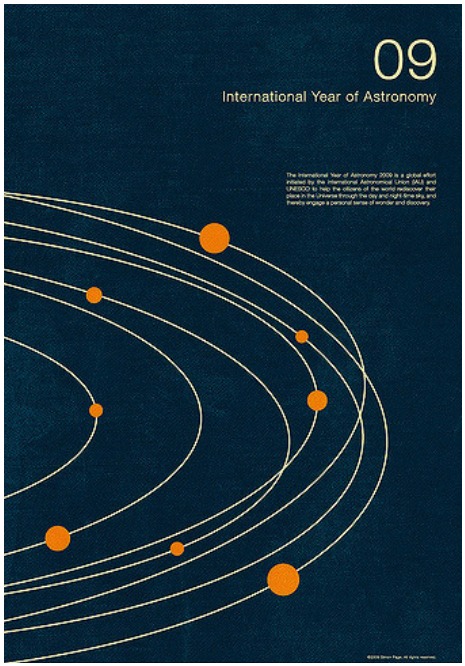


Figura 4.7 International year of Astronomy 2009 - #2 *di Simon Page.*

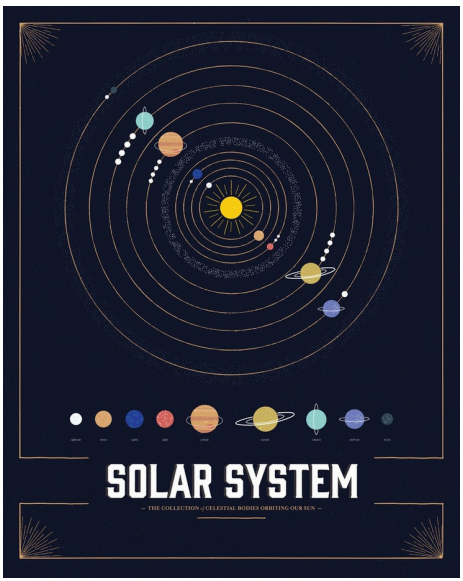


Figura 4.8 The Solar System *di Ash Towel.*

Figura 4.9 Apollo 13, Houston TX *di justinvg.*

4.3

Gameplay

Ogni giocatore parte con una situazione simile, con la differenza data dalla caratteristica personale data dalla Carta Abilità presente sulla Plancia Reputazione. Tutto il restante materiale di gioco è equamente diviso e disponibile a ogni giocatore.

4.3.1 *Setting*

Il centro dell'area di gioco è l'area comune, dove vengono posizionate:

- la plancia Punteggio e Mercato con i Segnapunti a zero
- i mazzi di Carte coperti (Azione, Premi, Luoghi, Specialità)
- 2 Carte Luogo scoperte (devono sempre esserci 2 Carte Luogo non occupate, fino a esaurimento)
- il contenitore dei Materiali
- 4 dadi

Ogni giocatore inizia il gioco con:

- 3 Pedine Occupazione
- 1 Carta Premio coperta
- 3 Carte Azione coperte
- 1 Plancia Reputazione con il contatore al livello minimo
- 1 Abilità scoperta
- 1 Materiale per tipo

4.3.2 *Le fasi di gioco*

Le fasi di gioco sono molto semplici da ricordare, e per comodità sono state riassunte in una piccola scheda che viene consegnata a ogni giocatore. Il turno si divide in quattro fasi, comprese le due azioni disponibili.

Ogni turno è quindi composto da queste fasi:

- Pescare 2 Carte Azione e 1 Carta Premio
- 2 azioni, anche uguali, a scelta tra:
    - Attacco (per i Materiali di un giocatore o la Carta Luogo occupata)
    - Baratto
    - Uso di una Carta in mano (Azione o Premio)
    - Uso di una Carta Luogo in gioco
    - Occupazione di una Carta Luogo
- Scartare Carte Azione e Carte Premio in mano, tenendo presente che ogni giocatore può avere un massimo di 5 Carte Azione e 2 Carte Premio in mano a fine turno

I giocatori si impegnano ad aumentare la propria Reputazione per ottenere più Punti Vittoria possibili, attaccando e barattando con gli altri giocatori, o interagendo con le carte. I turni riflettono le strategie più aggressive, collaborative o di monopolio delle risorse dei giocatori, creando le dinamiche che riprendono gli aspetti positivi e negativi dell'influenza sociale. Interessante notare come aver inserito molte attività al di fuori del proprio turno di gioco aumenta le interazioni fra i giocatori.

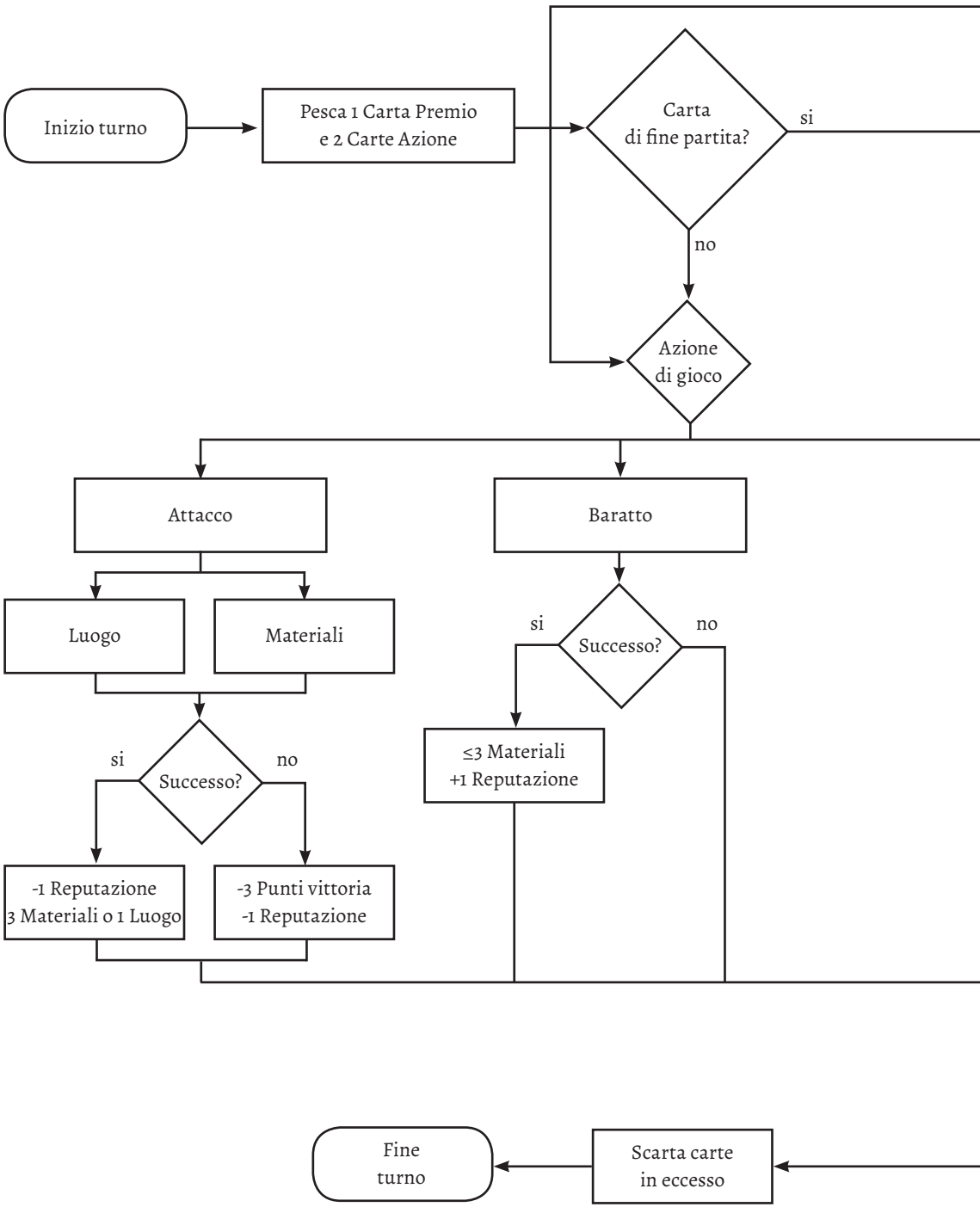
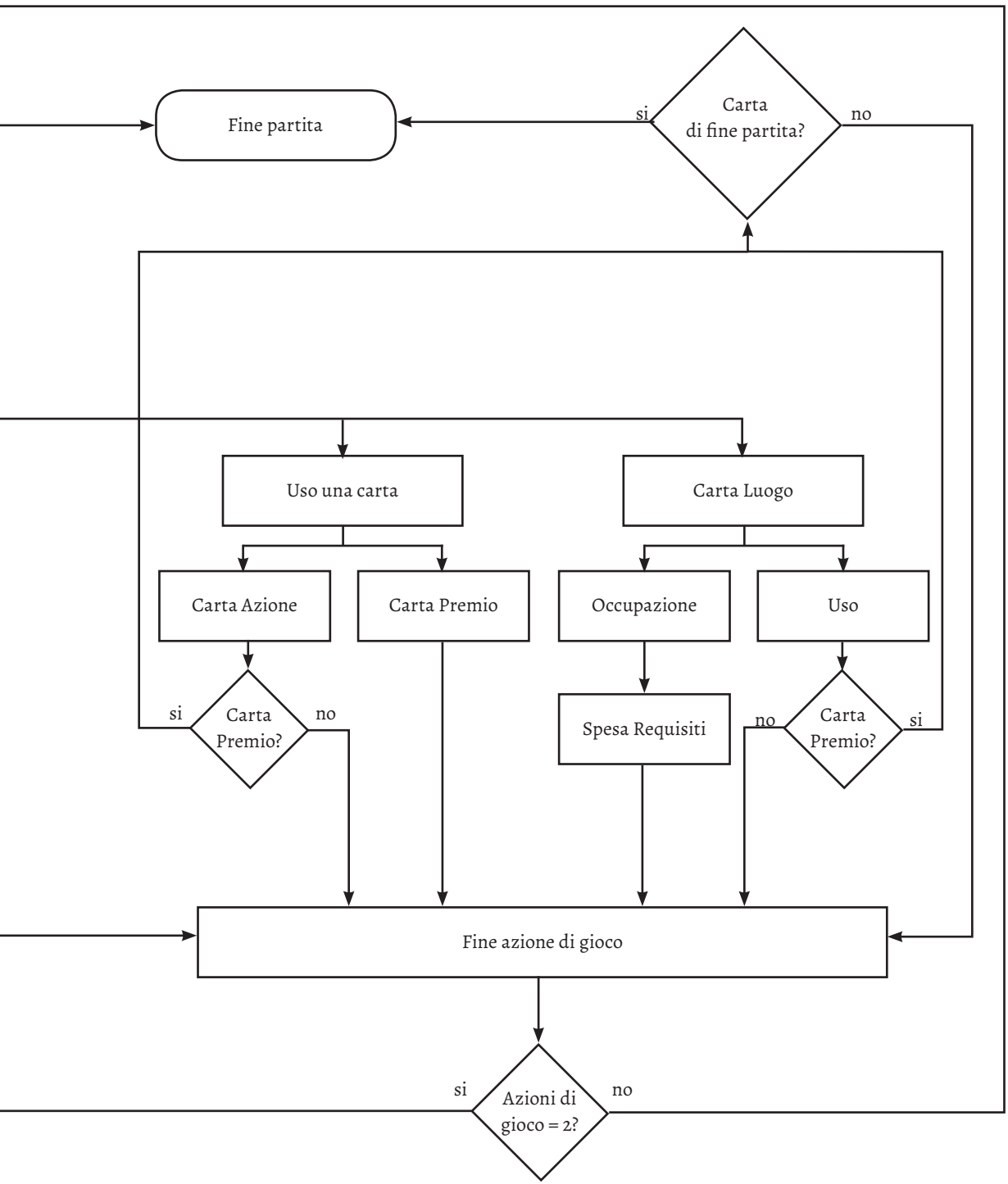


Figura 4.10 Diagramma di flusso del turno di gioco di un giocatore.


Fine partita
si
Carta
di fine partita?
no
Uso una carta
Carta Luogo
Carta Azione
Carta Premio
Occupazione
Uso
si
Carta
Premio?
no
Spesa Requisiti
no
Carta
Premio?
si
Fine azione di gioco
si
Azioni di
gioco = 2?
no

REQUISITI PER OCCUPARE
Reputazione >1
Spendi
a ogni uso della Carta Luogo, da parte di qualsiasi giocatore, chi occupa questa Carte Luogo ottiene
VISITA SENZA OCCUPAZIONE
REQUISITI PER OCCUPARE
Reputazione >1
Spendi
a ogni uso della Carta Luogo, da parte di qualsiasi giocatore, chi occupa questa Carte Luogo ottiene
+1 Reputazione
VISITA SENZA OCCUPAZIONE
Pesca 1 Carta Premio
Specialità
INTUITO
+1 al numero del tiro di dadi in difesa
PROMOZIONE
INIZIAZIONE
REPUTAZIONE
EMARGINAZIONE
RETROCESSIONE
Specialità
COMMERCIO
In caso di attacco puoi proporre un baratto, se non va a buon fine devi difenderti
Specialità
COORDINAMENTO
usa una tua azione di gioco per cambiare le Carte Luogo non occupate
PROMOZIONE
INIZIAZIONE
REPUTAZIONE
EMARGINAZIONE
RETROCESSIONE

4.3.3 Attacco o *baratto*?

L'attacco e il baratto sono le due azioni principali del gioco. Entrambi vengono ricordati nella scheda consegnata al giocatore, soprattutto per ricordare gli effetti delle due azioni.

Per quanto riguarda il **baratto** i risultati possono essere solo due:

- In caso di negoziazione a buon fine i giocatori si scambiano i 3 Materiali concordati e guadagno entrambi 1 Reputazione.
- In caso di negoziazione fallimentare il giocatore che ha rifiutato lo scambio perde 3 Punti Vittoria, mentre il richiedente perde l'azione di gioco che ha usato per proporre il baratto.

Il fine del baratto può quindi essere duplice: ottenere dei Materiali e in questo caso la richiesta può essere fatta a chiunque e lasciata aperta, oppure per far perdere Punti Vittoria a un giocatore specifico e in questo caso la richiesta sarà specifica.

Al contrario del baratto l'**attacco** si sviluppa in più fasi:

1. Dichiarazione di attacco
2. Eventuale uso di Abilità del difensore
3. Lancio di dadi
4. Attaccante e difensore aggiungono Carte Azione che modificano il tiro di dadi
5. Richiesta di aiuto ai giocatori in downtime
6. Alleati mettono le loro Carte Azione coperte
7. Scoperta Carte Azione
8. Dichiarazione vincitore

Figura 4.11 Nella pagina precedente, il setting dei materiali di gioco all'inizio della partita.

Il risultato dell'attacco influisce sulla Reputazione in caso di vittoria dell'attaccante, o sulla Reputazione e i Punti Vittoria in caso di perdita.

Giocatore in attacco

- Vittoria: +3 Materiali dal Perdente o 1 Luogo -1 Reputazione
- Perdita: -3 Punti Vittoria -1 Reputazione

Giocatore in difesa

- Vittoria: +3 Punti Vittoria
- Perdita: -2 Reputazione -3 Materiali o 1 Luogo

In questo caso quindi il fine dell'attacco può essere l'occupazione di una Carta Luogo, l'ottenimento dei Materiali o direttamente il livello di Reputazione di un giocatore. Essendo un'azione diretta e pubblica contro un altro giocatore anche l'attaccante deve sacrificare un suo livello di Reputazione. Questo viene bilanciato dal fatto che in caso di parità la vittoria viene concessa al giocatore in attacco. In più questo è l'unico modo per far perdere 2 livelli di Reputazione a un giocatore con una sola azione, mentre l'attaccante ne sacrifica al massimo 1.

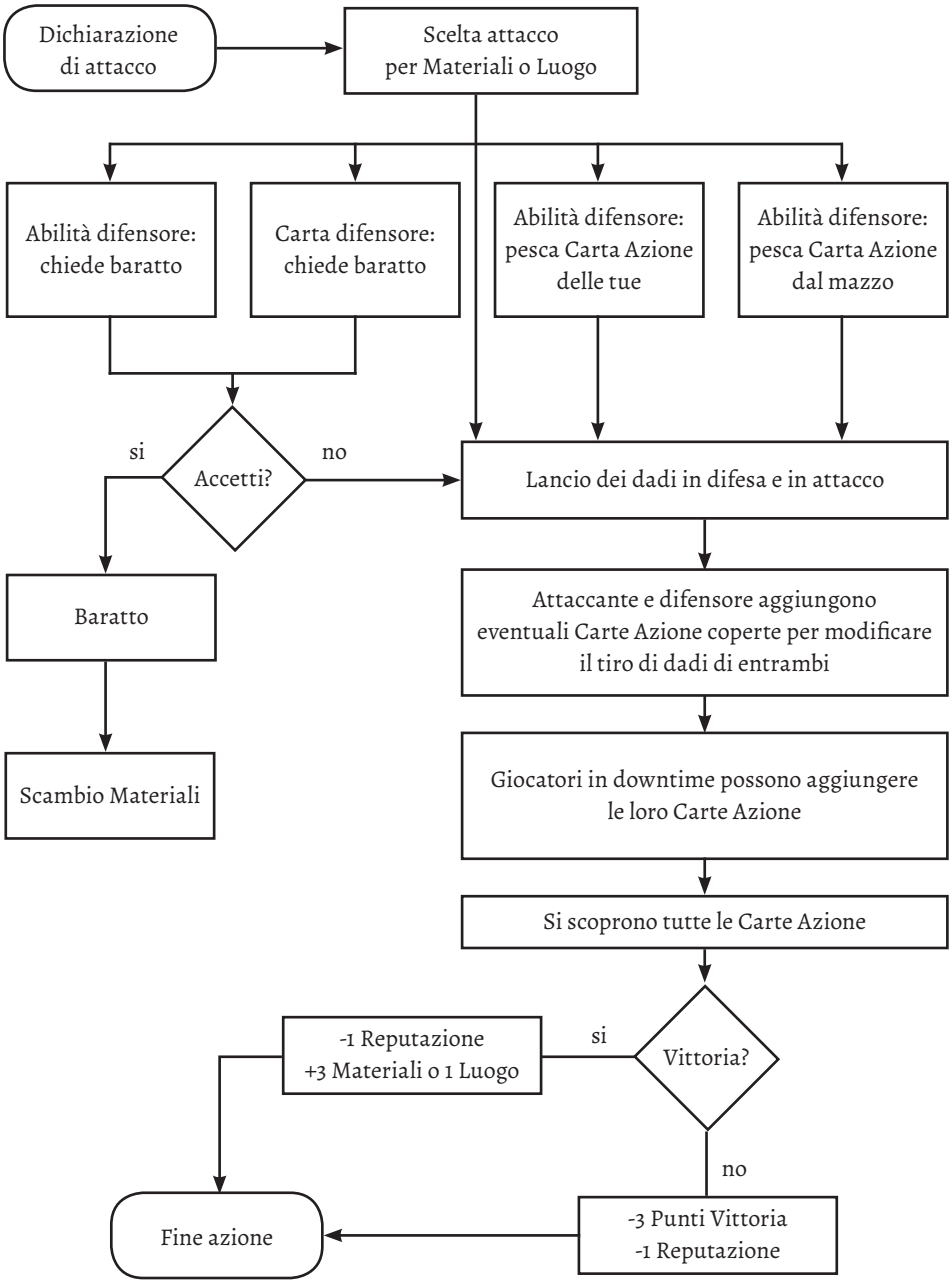


Figura 4.12 Diagramma di flusso dell'azione di attacco.

4.3.4 *Fine Partita e vittoria*

L'obiettivo del giocatore è quello di essere il giocatore con più Punti Vittoria alla fine della partita, ovvero quando fra le Carte Premio verrà pescata la carta che termina il gioco. Nell'ambientazione i Punti Vittoria coincidono con i guadagni dalla vendita dei Materiali nel Mercato: quindi vince il giocatore più ricco al momento della fine della partita. I giocatori devono tenere alta la Reputazione in modo da ottenere Punti Vittoria salendo di livello, senza scendere fino ai livelli in cui perdono più punti, difendendosi anche dagli altri giocatori che cercheranno di abbassare il livello di Reputazione o direttamente i Punti Vittoria. La condizione di fine partita è quindi nascosta nell'ultimo mazzo delle Carte Premio, mentre la condizione di vittoria è la maggioranza di Punti Vittoria.

4.3.5 *Durata*

Il gioco è pensato per essere giocato da quattro giocatori per una durata media della partita di 45 minuti, ma che può essere influenzata modificando il numero di Carte Premio disponibili. A prescindere dalla velocità dei giocatori nel decidere le azioni da svolgere, a ogni turno il giocatore pesca una Carta Premio come minimo, quindi quattro carte a giro. Durante il gioco alcune carte permettono di pescarne altre, comprese delle Carte Luogo che permettono al giocatore in vantaggio di accelerare il gioco. La durata del turno varia in base alla velocità di gioco del giocatore e alla strategia scelta, con una diminuzione della durata del turno mediamente a metà del gioco, quando le strategie sono più chiare e il giocatore in vantaggio è individuato.

4.4

Materiali di gioco

4.4.1 *Plancia personale*

La Plancia personale (Fig 4.13) è il luogo dove il giocatore può tenere controllata la propria Reputazione e i bonus e malus dei vari livelli. Al tempo stesso su questa plancia vengono visualizzati anche l'Abilità e la Specialità. Nel lato a destra vengono infatti segnalati i livelli in cui il giocatore guadagna o perde una grande quantità di Punti Vittoria, che possono far passare un giocatore in vantaggio molto facilmente. Salendo di Reputazione, infatti, il giocatore guadagna un totale di 20 Punti Vittoria divisi in due momenti, al contrario delle Carte Premio che danno un massimo di 15 Punti Vittoria — con i requisiti più difficili — o una media di 5. Il livello di Reputazione sblocca anche la possibilità di occupare delle Carte Luogo, dando benefici duraturi, o le Carte Specialità che hanno bonus superiori a tutte le altre carte.

All'inverso, però, i malus della discesa di Reputazione sono molto pesanti: scendendo tutti i livelli il giocatore perde un totale di 40 Punti Vittoria divisi in due momenti e perde la Specialità acquisita. Anche in questo caso la perdita dei Punti Vittoria non è paragonabile a nessuna altra azione in gioco: solo nell'azione di attacco si può abbassare il livello di Reputazione, cercando di far passare l'altro giocatore per una delle fasi che tolgono il maggior numero di Punti Vittoria.

Questa plancia rappresenta le particolarità di ogni singolo giocatore e del proprio personaggio: la reputazione all'interno del gruppo e le caratteristiche che lo distinguono dagli altri.

4.4.2 Plancia Mercato

Questa plancia (Fig. 4.14) rappresenta il pianeta invaso dai giocatori: contengono infatti i Punti Vittoria, considerati il guadagno degli avventurieri nel vendere i Materiali del pianeta e le due Carte Luogo non occupate. Questa plancia permette di avere un chiaro andamento della partita a tutti i giocatori, permettendo ai giocatori in svantaggio di identificare chi attaccare e al giocatore in vantaggio quando conviene cercare di velocizzare il gioco pescando più Carte Premio.

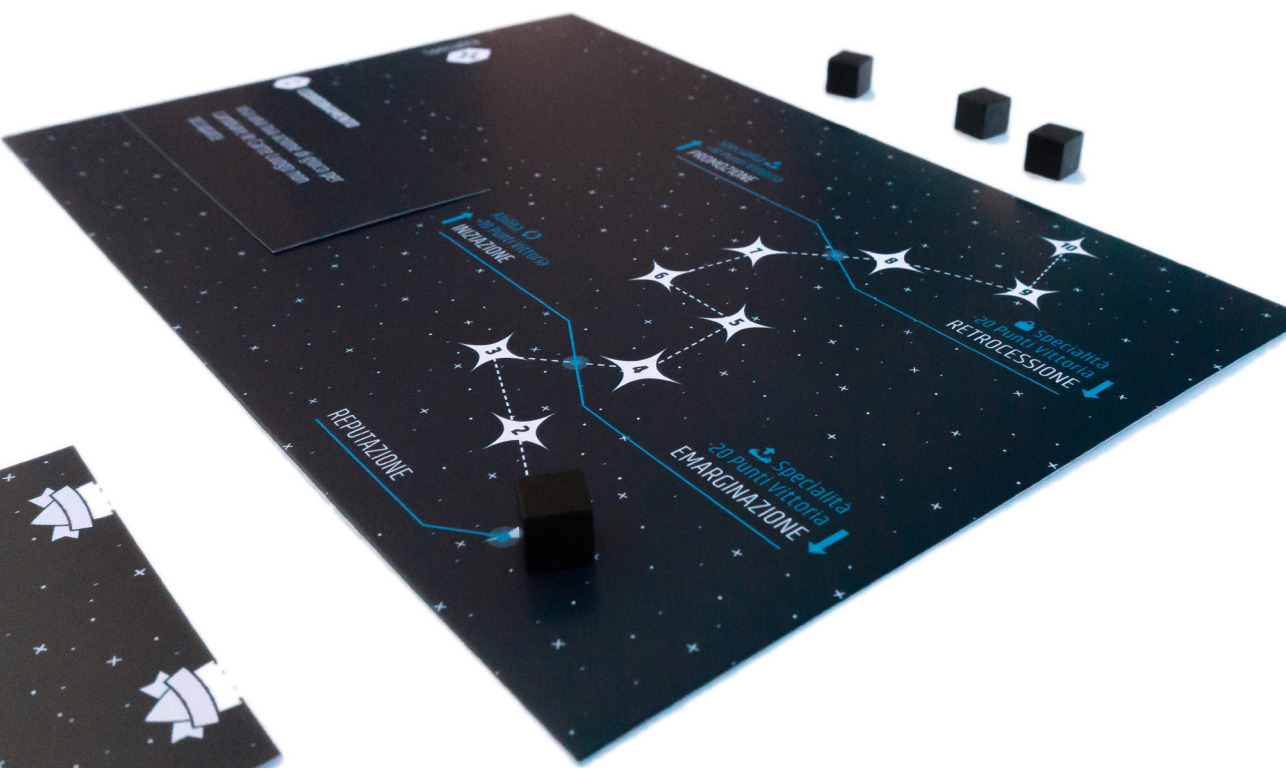


Figura 4.13 Plancia Personale.

Figura 4.14 Nella pagina seguente, la Plancia Mercato.

50
49
48
47
46
45
44
43
42
41
40
39
38
37
36
35
34
33
32
31
30
29
28
27
26
25
24
23
22
21
20
19
18
17
16
15
14
13
12
11
10
9
8
7
6
5
4
3
2
1

4.4.3 Carte Luogo

Queste carte (Fig 4.15) possono essere usate dai giocatori per guadagnare Materiali o Carte Premio usando semplicemente un'azione di gioco. Due Carte Luogo non occupate devono essere sempre poste vicino alla Plancia Mercato, fino ad esaurimento.
Il ricambio può avvenire in due modi: tramite uso di carte che permettono di cambiare le Carte Luogo non occupate in gioco, oppure quando viene occupata. In questo secondo caso il giocatore raggiunge i requisiti necessari (il livello di Reputazione superiore a 3 e una spesa di Materiali in base al tipo di carta che si vuole occupare), sposta la Carta Luogo scelta a fianco della Plancia Mercato e posiziona una delle Pedine Occupazione nell'area predisposta.
Quando una Carta Luogo è occupata può ancora essere usata da tutti i giocatori, anche chi non la occupa, ma il suo uso darà un guadagno di Materiali o Reputazione all'occupante. Ogni giocatore può occupare un massimo di 3 Carte Luogo (corrispondenti al numero di Pedine Occupazione disponibili), ma può perderle in seguito a un attacco di un altro giocatore. In questo caso chi riesce a guadagnare quella Carta Luogo non dovrà pagare i Materiali, ma dovrà comunque avere un livello di Reputazione superiore a 3. Ogni Carta Luogo è quindi divisa in due zone: la parte "pubblica" che individua l'effetto a beneficio di tutti i giocatori, individuata dallo sfondo bianco e la parte "privata", dove vengono descritti sia i requisiti per occupare e il guadagno del giocatore occupante, individuata dallo sfondo blu.

Figura 4.15 Un esempio di Carta Luogo e il retro della carta.

4.4.4 Carte Azione

Queste carte (Fig. 4.16) sono quelle che vengono più usate durante il gioco e influenzano quattro categorie di elementi di gioco:

- **Tiro di dadi:** sono le Carte Azione più comuni e influenzano la fase di attacco dei giocatori. Possono aumentare o diminuire il tiro di dado o influenzare in modo inaspettato il risultato dell'attacco.
- **Carta Luogo:** permettono di cambiare le Carte Luogo non occupate.
- **Carta Premio:** permettono di pescare una Carte Premio in più.
- **Abilità:** bloccano l'uso dell'Abilità di un giocatore, anche al di fuori del proprio turno.

Le Carte Azione hanno la particolarità di non essere esclusive del turno del giocatore, ma possono essere usate anche per influenzare i turni altrui: questo rende ogni turno di gioco dinamico anche per i giocatori in downtime. Tutte le Carte Azione vanno scartate ogni volta che vengono usate, anche quando influiscono su altri giocatori. Ogni carta è divisa in tre zone: in cima si trova il nome della carta, al centro un breve testo di ambientazione e in basso la spiegazione dell'effetto della carta. Quest'ultima parte è divisa a sua volta nell'icona che permette di individuare con certezza la situazione in cui va giocata la carta o con cosa interagisce e a lato l'azione specifica.

Figura 4.16 Un esempio di Carta Azione e il retro della carta.

4.4.5 Carte Premio

Le Carte Premio (Fig.4.17) sono degli obiettivi a breve termine del giocatore che permettono di avere guadagni veloci. A esclusione di un solo caso tutte le altre carte richiedono di spendere dei Materiali o aggiungere degli obiettivi: quanto necessario è riportato nella parte superiore della carta, mentre il guadagno è scritto nella parte inferiore. Anche queste carte devono essere scartate a ogni uso e sono considerate una azione di gioco: non si possono quindi occupare Luoghi spendendo i Materiali e guadagnare contemporaneamente con una Carta Premio.
Queste carte sono divise in tre livello individuati dal retro delle carte: alcune tipologie compaiono solo in determinati livelli, fra le quali c'è anche la carta che termina la partita, nascosta in modo casuale nell'ultima parte del mazzo individuata dal retro rosso.

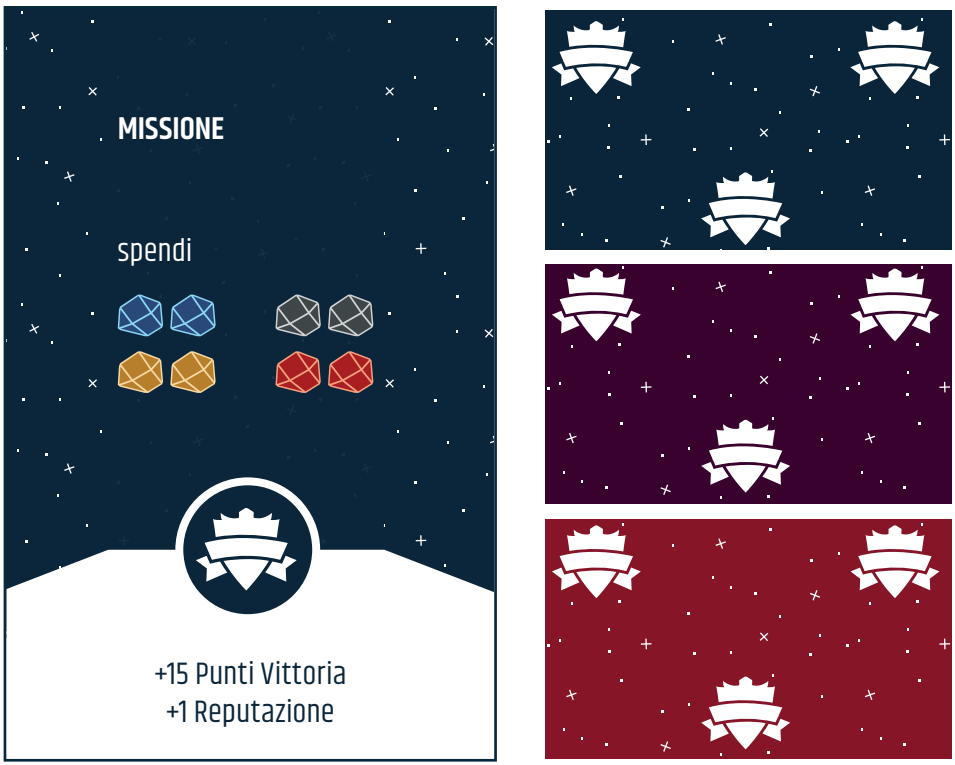


Figura 4.17 Un esempio di Carta Premio e il retro dei tre livelli.

4.5

Playtest

Per verificare l'efficacia del gioco e il suo corretto funzionamento sono stati svolti playtest in ogni sua fase di sviluppo, con obiettivi specifici per verificare determinati aspetti. Successivamente il gioco è stato testato nel suo stadio finale per verificare l'efficacia dell'intento persuasivo della fase finale di riflessione.

I primi playtest sono stati svolti in assenza di ambientazione, a eccezione della Reputazione che è stata chiamata in questo modo fin dall'inizio. Lo scopo era di osservare prima di tutto il corretto funzionamento delle meccaniche di gioco e in secondo luogo il comportamento dei giocatori durante la partita. Interessante è stato il fatto che in questa fase il baratto non aveva particolari malus, ma l'approccio collaborativo permesso dai negoziati non veniva mantenuto a lungo: l'unico caso in cui ci sono stati più baratti di seguito è stato seguito subito da una mancata osservazione dei patti stabiliti e un successivo gioco aggressivo di attacco diretto. I playtest successivi, con l'inserimento dell'ambientazione e a fronte di un primo bilanciamento dei materiali di gioco, sono stati effettuati su un campione di giocatori tra i 20 e i 40 anni, rientrando quindi nei destinatari ideali del progetto. Gli obiettivi principali che mi ero prefissata per questi momenti di gioco sono stati raggiunti in ogni playtest: le dinamiche di gruppo augurate sono sempre emerse, anche se in misure differenti in base ai diversi stili di gioco dei giocatori e ai bilanciamenti non ancora effettuati del prototipo.

I test effettuati nella versione finale di *Under Pressure* sono stati soddisfacenti, sia nelle dinamiche emerse sia nelle reazioni dei giocatori. Anche i giocatori normalmente meno inclini a interagire direttamente con attacchi diretti sono stati obbligati a scegliere questa strategia dai meccanismi di gioco, anche quando l'intento era dichiarato inizialmente. Alcune partite hanno evidenziato tattiche più aggressive, mentre altre hanno introdotto tentativi di collaborazione iniziali, inevitabilmente abbandonati a metà partita. Una eccezione notevole si è verificata durante una partita quando due giocatori che si sono conosciuti poco prima dell'inizio della partita hanno deciso di collaborare e concordare le strategie contro gli altri giocatori, finendo per vincere la partita: "abbiamo deciso che noi facciamo la corporazione più forte ed effettivamente insieme eravamo più forti!" (Martina).

Un'occasione interessante per testare il gioco è stato il playtest svolto dalla Tana dei Goblin di Lodi, dove giocatori di diversi generi ludici hanno testato il prototipo senza conoscere la presenza di temi sociali, ma unicamente come gioco per divertirsi. Questo è stato il playtest in cui lo svelamento del tema finale è stato più inaspettato, perché nessuno dei giocatori aveva provato a indovinare durante il gioco. La capacità di tutti i giocatori a fine partita di discutere più o meno correttamente di alcune dinamiche di gruppo che avevano incontrato nell'esperienza di gioco è stato il risultato migliore del test: anche chi non era preparato a un tema nascosto ne ha riconosciuto gli elementi ripensando alla partita appena conclusa. Interessante qui è stato l'emergere di opinioni discordanti su alcune dinamiche della vita reale, ripensate in luce di quanto avvenuto durante la partita.

Alcuni giocatori si sono avvicinati al tema del gioco prima dello svelamento finale: chi l'ha descritto come un "gioco per mostrare i comportamenti fra le persone" (Alessandro); chi si è soffermato su alcuni elementi, come l'emarginazione (Chiara); oppure commentando sulle situazioni che richiamano il bullismo, anche se non definito in questi termini, ma chiamandolo "accanimento contro l'emarginato" (Adrian). In tutti i casi però, allo svelamento del tema a fine partita l'attenzione è stata subito portata sulla Plancia Reputazione anche quando i giocatori avevano ancora in mano Carte Azione o Carte Premio, segnalando quell'elemento di gioco come l'indizio principale.

Questi risultati permettono di confermare il percorso svolto per la progettazione come efficaci e l'evoluzione del gioco può proseguire nella direzione presa.

Figura 4.18 Nella pagina successiva, alcuni playtest effettuati.

4.6

Dalla teoria alla pratica

Il progetto si è basato fortemente sulla base teorica descritta nel Capitolo 1, con molte corrispondenze dirette. Essenziale è stata l'analisi del Modello di socializzazione al gruppo (paragrafo 1.4), ma altre meccaniche di gioco hanno tratto spunto dalla ricerca effettuata, creando l'esperienza di gioco voluta.

4.6.1 Modello di socializzazione al gruppo

Come già detto una delle influenze principali nella progettazione del gioco è il modello proposto da Levine e Moreland (1994) descritto nel Capitolo 1.4: le diverse fasi e le dinamiche che si instaurano fra gruppo e individuo vengono racchiuse principalmente nella Plancia Reputazione.

Il primo rimando immediato è quello dei momenti in cui avviene il passaggio di livello: aumentando la reputazione l'individuo passa l'iniziazione, per poi arrivare al passaggio successivo con la promozione. L'iniziazione come prevedibile è un momento importante: il giocatore vede la propria Carta Abilità cambiare, rappresentativa della sua identità personale che deve essere modificata per accedere al livello successivo.

Cambiata l'identità, l'individuo ottiene per la prima volta una grande quantità di Punti Vittoria e la possibilità di occupare le Carte Luogo, a simboleggiare il guadagno dell'individuo nell'appartenenza al gruppo in seguito all'impegno preso diventando membro a pieno titolo. L'obiettivo degli avventurieri è ottenere il più possibile dal Mercato vendendo i Materiali per ottenere i Punti Vittoria e occupare le Carte Luogo aumenta questo guadagno, giustificando l'impegno nell'ingresso al gruppo. Allo stesso modo la promozione, al livello successivo, prevede l'ottenimento di altri Punti Vittoria e l'aggiunta della Carta Specialità. Mentre la Carta Abilità simboleggia la capacità personale dell'individuo, la specialità è qualcosa che ottiene unicamente grazie al gruppo, ovvero trovando il proprio ruolo.
La discesa della Reputazione ha un aspetto altrettanto fondamentale: come descritto da Levine e Moreland (1994) è molto più difficile recuperare il proprio livello dopo essere scesi: questo viene rappresentato dalla considerevole perdita dei 20 Punti Vittoria in seguito alla retrocessione e altrettanti nel momento dell'emarginazione. Nella retrocessione il giocatore non può più sfruttare la propria Carta Specialità, riprendendo lo stato di limbo del criterio di divergenza (Capitolo 1.4): l'individuo può recuperare il suo ruolo aumentando l'impegno fino alla transizione di ruolo della convergenza, oppure restare un membro marginale. Quest'ultima situazione, che sfocia nell'uscita dal gruppo, è rappresentata nella Plancia Reputazione nell'ultima fase, ovvero l'emarginazione. In questo stadio il giocatore perde definitivamente la Carta Specialità (per pescarne un'altra dovrà ripetere l'intera scalata) e 20 Punti Vittoria. Questo significa che nel caso limite in cui il giocatore perde costantemente Reputazione senza recuperarla perde un totale di 40 Punti Vittoria e la Specialità acquisita. Considerando che il massimo dei Punti Vittoria ottenibili sono 50 nella Plancia Punteggio questa perdita è un danno importante. Nel momento in cui riesce a recuperare Reputazione dovrà ripartire dall''iniziazione, con un nuovo cambio di Carta Abilità.
Grazie al collegamento così vicino al modello descritto del primo capitolo uno dei primi indizi che viene colto dai giocatori è proprio questa scalata e discesa nella reputazione, in particolare per i nomi dati ai passaggi. In tutte le partite, infatti, la prima reazione istintiva dei giocatori in seguito allo svelamento è stata quella di guardare la Plancia Reputazione. Nonostante questo i termini sono sufficientemente attinenti all'ambientazione da non essere invasivi durante il gioco. A questo proposito nelle pagine seguenti riprendo la tabella già presentata nel capitolo 1 (Fig. 1.4) per completarla con i rimandi presenti nell'artefatto ludico proprio delle fasi del modello di Levine e Moreland (Fig. 4.19).

Figura 4.19 Nelle pagine seguenti, le fasi di socializzazione e le transizioni di ruolo del modello temporale di socializzazione al gruppo di Levine e Moreland (1994) paragonate agli elementi di gioco descritti.

	Fasi di socializzazione	*Transizioni di ruolo*
1	**Investigazione** (reclutamento, esplorazione)	
		Ingresso *Impegno > Criterio di Ingresso* *(nuovo membro)*
2	**Socializzazione** (accomodamento, assimilazione)	
		Accettazione *Impegno > Criterio di Accettazione* *(membro a pieno titolo)*
3	**Mantenimento** (negoziazione del ruolo)	
		Impegno > Criterio di Divergenza *(resta membro a pieno titolo)*
		Divergenza *Impegno > Criterio di Divergenza* *(membro marginale)*
4	**Risocializzazione** (accomodamento, assimilazione)	
		Convergenza *Impegno > Criterio di Divergenza* *(torna membro a pieno titolo)*
		Uscita *Impegno > Criterio di Uscita* *(ex-membro)*
5	**Ricordo** (tradizione, ricordo)	

Collegamenti in gioco

Inizio del gioco

Iniziazione
4° livello di Reputazione in aumento
cambio della Carta Abilità

Livelli dal 5 al 7 di Reputazione

Promozione
8° livello di Reputazione in aumento
nuova Carta Specialità

Retrocessione
8° livello di Reputazione in discesa
blocco Carta Specialità

Livelli dal 5 al 7 di Reputazione

La Carta Specialità viene bloccata, non scartata

Emarginazione
4° livello di Reputazione in discesa
scarto della Carta Specialità

Necessità di riprendere dalla fase di Iniziazione per risalire

Le variazioni di Reputazione e il loro grande impatto sul gioco sono infatti giustificate dall'ambientazione: il clima di sospetto per la presenza di un mercato nero e la volontà dei personaggi di sviare i sospetti li porta ad attaccare la Reputazione altrui cercando di alzare la propria. Dinamica che riflette perfettamente quanto può accadere ai nuovi arrivati in un gruppo già consolidato.

4.6.2 *Identità sociale*

Come già anticipato l'identità dell'individuo è rappresentata dalle due carte sulla Plancia Reputazione: le Carte Abilità e le Carte Specialità.

Le prime sono protagoniste della fase di iniziazione, rappresentando l'identità di partenza dell'individuo che subisce una variazione. Per questo motivo le Carte Abilità hanno bonus vari, ma che non interagiscono mai con le Carte Azione, andando a modificare il tiro di dadi o le Carte Luogo nella loro area pubblica. Queste capacità non danno quindi poteri maggiori al giocatore, ma aumentano qualcosa di già possibile all'interno del gioco: non si tratta di una specializzazione, ma di una particolarità dell'individuo.

La specializzazione è lasciata alle Carte Specialità, che danno capacità in più al giocatore in relazione alle Carte Azione. In questo caso le capacità acquisite sono uniche per queste carte, non replicabili da nessun altro materiale di gioco. La motivazione è facilmente intuibile: essendo rappresentazioni di ruoli raggiunti grazie alla alta Reputazione sono il "premio" che il gruppo dà ai membri che più si impegnano e investono energie nel gruppo.

I titoli delle due tipologie di carte riflettono questa differenza: la Carta Abilità può essere "negoziato" o "intuito", mentre la Carta Specialità "stratega" o "diplomatico". Un giocatore può quindi trovarsi a essere un mediatore con iniziativa, dando una caratteristica a un ruolo richiesto dal gruppo.

4.6.3 *Obiettivo di gruppo e personale*

Come spiegato nel capitolo 1 l'influenza sociale non è solo dal gruppo nei confronti dell'individuo, ma funziona, in misure diversa, in entrambe le direzioni. L'individuo sceglie un gruppo in base a suoi obiettivi personali, mentre il gruppo cerca o accetta individui che possano essere utili al raggiungimento dell'obiettivo del gruppo — questo aspetto è particolarmente visibile nella fase di investigazione, ma prosegue per tutta la permanenza dell'individuo come membro.

All'interno del gioco questo aspetto è gestito principalmente dall'ambientazione, con l'individuo che sceglie il particolare gruppo per accedere al mercato proibito del pianeta e il gruppo che sfrutta la reputazione dell'individuo in quanto si riflette su quella di tutti i componenti. Questo è anche il motivo per i forti malus nella discesa della Reputazione, in quanto a livello di ambientazione il gruppo punisce l'individuo per il mancato impegno verso l'obiettivo di gruppo.

4.6.4 *Il lato oscuro del gruppo*

In una rappresentazione obiettiva dell'influenza di gruppo non possono mancare entrambi gli aspetti: sia quello positivo del guadagno personale, sia quello negativo, racchiuso nella fase di discesa della Reputazione e in alcune dinamiche che si creano fra i giocatori. Il cambiamento personale è volutamente neutro per non dare un giudizio di fondo: in quanto modifica di una parte dell'identità può essere intesa sia in senso positivo — miglioramento o acquisizione di capacità — sia negativo — peggioramento o acquisizione di abitudini malsane. Dato che lo scopo del gioco non è dare una chiave di valutazione, ma far riflettere sulla presenza di questa dinamica, le Carte Capacità e le Carte Specialità sono mantenute volutamente neutre. Le dinamiche fra i giocatori sono invece progettate con l'intenzione di creare situazioni che riprendano quelle del mobbing, in particolare in due situazioni: il primo passaggio alla fase di iniziazione e il vantaggio nei Punti Vittoria. In entrambi i casi gli altri giocatori possono reagire attivamente per attaccare i giocatori in vantaggio.

Nel primo caso, ovvero quando un primo giocatore raggiunge la fase di iniziazione, crea a sua volta due meccanismi, quello di emulazione e gelosia. Il giocatore con la Reputazione più alta può spronare gli altri a seguirlo nell'alzare la propria Reputazione guadagnando per primo i 10 Punti Vittoria, distaccandosi naturalmente dagli altri e creando una sorta di effetto di "emulazione". In questa situazione gli altri giocatori osservano il grande vantaggio e si impegnano a seguirlo nella stessa strategia. Nell'altro caso il giocatore con la Reputazione più alta genera gelosia e si attira l'ira degli altri giocatori diventando il bersaglio principale degli attacchi altrui.

Il secondo caso relativo ai Punti Vittoria è attaccabile dagli altri giocatori tramite il baratto. In questo caso se il giocatore al quale è stato proposto lo scambio non accetta in nessun modo risulta penalizzato di 3 Punti Vittoria. Di fronte a questa scelta il giocatore in vantaggio può decidere di perdere punti preziosi, oppure cedere alla pressione e accettare uno scambio che in situazioni normali non accetterebbe.

Allo stesso tempo un giocatore può decidere di provare a imporre uno scambio non per i Materiali, ma con l'unico scopo di forzare l'avversario a perdere qualcosa che gli possa tornare utile. L'azione del baratto è in realtà un attacco fra giocatori camuffato da collaborazione, che riprende in realtà molte situazioni in cui si trova l'individuo per colpa della pressione di gruppo.

Queste situazioni non sono nuove, anzi, sono normali meccanismi che si ritrovano spesso in numerosi giochi: essendoci l'obiettivo della vittoria ovviamente ogni giocatore punta a essere quello con il punteggio più alto o ad abbassare quello degli altri quando il distacco aumenta. Nel progettare queste dinamiche ho tenuto a mente i problemi illustrati da Marco Valtriani (Bertolo & Mariani, 2014:195), fra i quali il kingmaking, runaway leader e leader bashing. Ciò che rende significative queste dinamiche nel gioco sono i nomi dati agli elementi, che ricollegano al tema: dire di "attaccare il giocatore con più probabilità di vittoria" non è la stessa cosa rispetto ad "attaccare il giocatore con la Reputazione più alta"; o ancora, "abbassare fino al livello minimo" è diverso da "abbassare la Reputazione fino all'emarginazione". Durante il gioco il collegamento non è diretto ed è stato scelto così volutamente per le motivazioni descritte nel capitolo relativo all'embedded design (paragrafo 2.5), ma in seguito allo svelamento della carta che termina la partita questi dettagli aiutano a comprendere il messaggio.

In uno dei primissimi playtest, ancora senza ambientazione a esclusione della parola "Reputazione" questo aspetto è in realtà emerso durante il gioco, con un giocatore che scherzando accusò gli altri di "bullismo": lamentava il fatto che veniva attaccato da tutti perché la sua popolarità aveva attirato la gelosia altrui. Questa situazione emersa in tutti i playtest (anche se non sempre colta dai giocatori prima della fine del gioco) è stato uno dei motivi, insieme ovviamente alla ricerca relativa alle dinamiche di gruppo, che mi hanno portata a dare così importanza ai meccanismi di attacco e baratto.

3.5

Sviluppi futuri

Al momento il gioco è pensato per quattro giocatori, con un numero di carte deciso in base a questo numero. I passi successivi sono un ribilanciamento della quantità di materiali di gioco disponibili in modo da permettere un numero maggiore di giocatori: di particolare importanza a questo fine sono le Carte Premio, che gestiscono in modo diretto la durata della partita.
Al di là del numero di giocatori uno sviluppo interessante è quello di rendere il gioco uno strumento utilizzabile direttamente da esperti del settore per simulare le dinamiche di gruppo necessarie in modo più distaccato di una simulazione diretta. In questo caso l'azione sul progetto sarebbe l'introduzione di materiali di spiegazione delle dinamiche. Questo richiede una doppia versione del gioco, per permettere la fruizione mantenendo la possibilità di giocare con lo svelamento finale con una discussione spontanea fra i giocatori presente attualmente. A supporto della versione di simulazione andrebbe realizzato un manuale per spiegare le dinamiche e come impostare il gioco al fine di sottolinearle in modo funzionale alla narrazione richiesta: in questo caso un diverso bilanciamento delle dinamiche di attacco o baratto sono in grado di modificare ampiamente le reazioni dei giocatori. Allo stesso tempo definire determinate strategie più o meno aggressive con termini presi dalla psicologia sociale renderebbe più palese il tema del gioco.

Appendice

In queste pagine si presentano alcuni dei titoli che hanno influenzato maggiormente la progettazione di *Under Pressure*. In particolare si è tratto spunto dalle dinamiche fra i giocatori create dalle meccaniche dei giochi.

Cosmic Encounter

Designer: Bill Eberle, Jack Kittredge, Bill Norton, Peter Olotka, Kevin Wilson (riedizione)
Anno: 1977 (la versione giocata è la riedizione del 2008)
Scopo del gioco: avere 5 colonie in pianeti al di fuori del proprio sistema di partenza.

Descrizione
Razze aliene competono fra loro per il controllo dell'universo, allontanandosi dal proprio pianeta di origine nel tentativo di espandere l'influenza della propria razza. Fra alleanze e battaglie le astronavi si spingono attraverso lo spazio usando i propri poteri per costruire l'impero.
Ogni giocatore è il leader di una razza aliena che diventa l'attaccante a ogni proprio turno, incontrando la razza di un altro giocatore. L'attaccante può negoziare, attaccare o chiedere alleati coinvolgendo tutti gli altri giocatori, sfruttando i propri poteri di razza o carte speciali nel tentativo di ottenere colonie sui pianeti altrui.
L'obiettivo dei giocatori è porre il maggior numero di colonie sui pianeti altrui: il vincitore è il primo giocatore a raggiungere 5 colonie al di fuori del proprio sistema di pianeti.

Spunti interessanti

La negoziazione e fra i giocatori offre un interessante meccanismo di negoziazione, che permette di coinvolgere tutti i giocatori anche durante il downtime. La ricchezza delle caratteristiche degli alieni e i loro poteri offre un'elevata potenzialità di rigiocabilità, con interessanti abbinamenti fra razze.

© Aleš Smrdel

Funny Friends

Designer: Friedemann Friese, Marcel-André Casasola Merkle
Anno: 2005
Scopo del gioco: raggiungere i requisiti di 5 carte obiettivo.

Descrizione
Dall'adolescenza all'età adulta i giocatori devono fare delle scelte di vita, spesso discutibili, per poter arrivare per primi ai 5 obiettivi richiesti per vincere. Ogni giocatore possiede una plancia con attributi da modificare in base a delle carte che rappresentano delle attività, acquisite tramite un'asta. Per partecipare all'asta bisogna spendere tempo, la valuta del gioco.
Gli obiettivi possono essere cambiati e per molti serve l'interazione con gli altri giocatori, o con alcuni personaggi non giocanti disponibili. La particolarità di questo gioco risiede soprattutto nel tema: gli attributi variano dal fumo, alla droga, alla ricchezza o alla religiosità. Sempre nella stessa plancia vengono rappresentate le relazioni: dall'amicizia alla vita di coppia.

Spunti interessanti

La plancia del giocatore con le caratteristiche, volutamente provocatorie, oltre ad essere un meccanismo interessante per legare fra loro gli attributi, sottolinea il tema provocatorio del gioco: ad esempio, giunto il massimo della caratteristica "soldi", la "tristezza" andrà al minimo, viceversa per azzerare i "soldi" bisognerà aumentare al massimo la "salute".

© margaretha jansen

Lords of Waterdeep

Designer: Peter Lee, Rodney Thompson
Anno: 2012
Scopo del gioco: ottenere il maggior numero di punti vittoria alla fine degli otto round.

Descrizione
I Signori della città di Waterdeep si sfidano per il dominio della città, reclutando valorosi guerrieri per condurre missioni in loro nome, per aumentare la loro influenza.
Ogni giocatore rappresenta un Signore che deve reclutare avventurieri, rappresentati dalle pedine colorate, richiesti per completare le missioni e ottenere punti vittoria.
La plancia principale rappresenta vari luoghi della città, sia per reclutare, sia per ottenere nuove missioni e i giocatori devono mandare i propri emissari nel luogo corrispondente all'azione voluta. Alcuni di questi luoghi possono però essere conquistati dalla propria casata, ponendo un pedaggio agli altri giocatori.
Ogni missione richiede una definita quantità e varietà di avventurieri, riconoscibili dai diversi colori (ad esempio il chierico è il cubetto bianco).
Il gioco non presenta interazione diretta fra i giocatori, ma devono usare le risorse a loro disposizione per arrivare al proprio obiettivo e bloccare gli altri giocatori.

Spunti interessanti
Il sistema dei luoghi pubblici e privati permette di veicolare in modo efficace l'ambientazione, dando l'impressione di una città coi diversi punti di interesse. I turni prestabiliti e la quantità limitata di azioni favoriscono lo sviluppo di strategie, con feedback efficaci dati dai materiali di gioco.

© Nick Hayes

Small World

Designer: Philippe Keyaerts
Anno: 2009
Scopo del gioco: ottenere il maggior numero di punti conquistando i territori.

Descrizione
Varie razze si contendono il dominio di un mondo, come dichiarato dal titolo, piuttosto piccolo. Ogni razza ha un'abilità pescata casualmente che influenza la quantità di punti o il comportamento in battaglia.
Conquistare i territori adiacenti con un meccanismo di tiro di dadi permette di espandersi nella mappa. Nel momento in cui il giocatore decide di cambiare razza quella in gioco entra in una fase dormiente e al turno successivo il giocatore ne può scegliere un'altra, continuando a ottenere punti da entrambe le razze. Ovviamente questo succede finché gli altri giocatori non conquistano quei territori.
Delle regole base piuttosto semplici vengono arricchite dalle particolarità di razze e abilità specifiche.

Spunti interessanti

L'abbinamento fra razza e abilità, oltre ad aumentare la rigiocabilità, permette accostamenti imprevisti e permette un minimo di strategia, per quanto il sistema non permetta molte strategie a lungo termine, soprattutto in giochi con tanti giocatori. Il sistema per decidere di mandare in declino una razza e prenderne una nuova aggiunge imprevisti.

© Laszlo Molnar

Munchkin

Designer: Steve Jackson
Anno: 2001
Scopo del gioco: arrivare al livello massimo per primo.

Descrizione
Un ironico punto di vista rispetto ai classici giochi di ruolo come Dungeons and Dragons. Le regole sono semplici: pescare una carta incontro, combattere il mostro in solitaria o con l'aiuto degli altri giocatori, eventualmente ottenere il tesoro. La particolarità di Munchkin risiede nel meccanismo di negoziazione per ottenere aiuti dagli altri giocatori, che hanno però la possibilità di rendere più difficili i mostri invece di aiutare.
Le vittorie permettono di estrarre tesori, mentre le perdite fanno scendere di livello o scartare carte tesoro. Nei negoziati di Munchkin con gli altri giocatori è permesso tutto ed è questo che crea interazione fra i giocatori.

Spunti interessanti

I negoziati sono il punto vincente: si chiedono aiuti in cambio di tesori o livelli, ma si possono ottenere anche carte non volute che aumentano la difficoltà del mostro. La mancanza di regolamentazione precisa in questi meccanismi di scambio rende tutto possibile e l'esperienza di gioco è fortemente influenzata dalle persone giocanti, creando dinamiche differenti a ogni gioco.

© Vinicius Cardozo

Bibliografia

Aarseth, E. (2001). *Computer Game Studies, Year One*. Disponibile su: http://gamestudies.org/0101/editorial.html [accesso: marzo 2017]

Abt, C. C. (1970). *Serious games*. New York, Viking Press.

Anolli, L., & Mantovani, F. (2011). *Come funziona la nostra mente. apprendimento, simulazione e serious games*. Bologna, Il mulino.

Arole, M., & Arole, R. (1994). *Jamkhed: A comprehensive rural health project*. Macmillan Press Ltd.

Aronson, E., & Mills, J. (1959). *The effect of severity of initiation on liking for a group*. The Journal of Abnormal and Social Psychology, 59(2), 177-181.

Attili, G. (2011). *Psicologia sociale*. Bologna, Il Mulino.

Bales, R. F. (1950). *Interaction process analysis; a method for the study of small groups*.

Baumel, A., Correll, C. U., & Birnbaum, M. (2016). *Adaptation of a peer based online emotional support program as an adjunct to treatment for people with schizophrenia-spectrum disorders*. Internet Interventions, 4, 35-42.

Baumel, A., & Schueller, S. M. (2016). *Adjusting an available online peer support platform in a program to supplement the treatment of perinatal depression and anxiety*. JMIR Mental Health, 3(1), e11.

Berger, J., & Zelditch, M. (1985). *Status, rewards, and influence*. New York, Jossey-Bass Inc Pub.

Bertolo, M., & Mariani, I. (2014). *Game design. gioco e giocare tra teoria e progetto*. Milano, Pearson.

Bogost, I. (2007). *Persuasive games: The expressive power of videogames*. Cambridge/London, MIT Press.

Brehm, J. W. (1966). A theory of psychological reactance.

Brown, R. (2005). *Psicologia sociale dei gruppi*. Bologna, Il mulino.

Buchanan, R. W., Kreyenbuhl, J., Kelly, D. L., Noel, J. M., Boggs, D. L., Fischer, B. A., . . . *Schizophrenia Patient Outcomes Research Team (PORT). (2010). The 2009 schizophrenia PORT psychopharmacological treatment recommendations and summary statements*. Schizophrenia Bulletin, 36(1), 71-93.

Caillois, R. (1967). *I giochi e gli uomini*. Milano, Tascabili Bompiani.

Campbell, D. T. (1958). *Common fate, similarity, and other indices of the status of aggregates of persons as social entities*. Behavioral Science, 3(1), 14-25.

Campbell, J. (1949). *The hero with a thousand faces*. Priceton Oxford, Priceton University Press.

Consalvo, M. (2009). *There is no magic circle*. Games and Culture, Vol. 4, No. 4, 408-417.

Crawford, C. (2012) *Chris Crawford on interactive storytelling*. New Riders.

Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow*. New York, HarperCollins Publishers.

DeLamater, J. D., & Myers, D. J. (2011). *Social psychology* (7th ed.). Wadsworth, Cengage Learning.

Dielman, T., Campanelli, P. C., Shope, J. T., & Butchart, A. T. (1987). *Susceptibility to peer pressure, self-esteem, and health locus of control as correlates of adolescent substance abuse.* Health Education Quarterly, 14(2), 207-221.

Favretto, G. (2005). *Le forme del mobbing: Cause e conseguenze di dinamiche organizzative disfunzionali*. Milano, Raffaello Cortina.

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Palo Alto, Stanford university press.

Fink, E. (1957). *L'oasi del gioco*. Milano, Rafaello Cortina.

Fullilove, R. E., & Treisman, P. U. (1990). *Mathematics achievement among african american undergraduates at the university of california, berkeley: An evaluation of the mathematics workshop program*. The Journal of Negro Education, 59(3), 463-478.

Goffman, E. (1961). *Encounters: Two studies in the sociology of interaction*. [trad. it. Espressione e identità: gioco, ruoli, teatralità, Bologna, il Mulino, 2000]. Indianapolis, Bobbs-Merrill.

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge: Harvard University Press.

Goffman, E. (1975). *La vita quotidiana come rappresentazione* (M. Ciacci Trans.). Bologna, Il mulino.

Harris, J. R. (1995). *Where is the child's environment? A group socialization theory of development*. Psychological Review, 102(3), 458.

Hogg, M. A. (1992). *The social psychology of group cohesiveness: From attraction to social identity*. London, Harvester, Wheatsheaf.

Hogg, M. A., & McGarty, C. (1990). *Self-categorization and social identity*. In D. E. Abrams, & M. A. Hogg (Eds.), *Social identity theory: Constructive and critical advances*. (pp. 10-27). New York, Springer-Verlag Publishing.

Homans, G. C. (1950). *The human group*. New York, Harcourt, Brace and World.

Huizinga, J. (1938). *Homo ludens*. New York, Routledge & Kegan Paul Ltd.

Istat (2015). *Il bullismo in Italia: Comportamenti offensive e violenti tra i giovanissimi – anno 2014*. Disponibile su: https://www.istat.it/it/archivio/176335 [accesso: gennaio2017]

Jones, R. (1991). *The third wave*. Forlaget Mols. Disponibile su: http://www.greensburgsalem.org/cms/lib4/PA01001409/Centricity/

Domain/96/thethirdwave.pdf [accesso: gennaio 2017]

Kane, J. M. (1996). *Treatment-resistant schizophrenic patients*. The Journal of Clinical Psychiatry, 57 Suppl 9, 35-40.

Kaufman, G., Flanagan, M., & Seidman, M. (2015). *Creating stealth game interventions for attitude and behavior change: An "Embedded Design" model. In Proceedings of the Digital Games Research Association (DiGRA) Conference*.

Kazdin, A. E., & Rabbitt, S. M. (2013). *Novel models for delivering mental health services and reducing the burdens of mental illness*. Clinical Psychological Science, 1(2), 170-191.

Kazdin, A. E., & Blase, S. L. (2011). *Rebooting psychotherapy research and practice to reduce the burden of mental illness*. Perspectives on Psychological Science : A Journal of the Association for Psychological Science, 6(1), 21-37.

Lev, P. (2006). *Transforming the screen, 1950-1959. history of the american cinema*. (Vol. 7). Berkeley e Los Angeles, University of California Press.

Levine, J. M., & Moreland, R. L. (1994). *Group socialization: Theory and research. European Review of Social Psychology*, 5(1), 305-336.

Lewin, K. (1948). *Resolving social conflicts; selected papers on group dynamics*.

Mariani, I. (2016). *Meaningful negative experiences within games for social change. designing and analysing games as persuasive communication systems*. PhD Thesis. Milano, Politecnico di Milano. Disponibile su: https://www.politesi.polimi.it/handle/10589/117855 [accesso: dicembre 2016]

McCoy, D. L. (2014). *Having at risk kids & turning criminals into productive citizen. Remarkable leaders, risk takers who dare us* (Chapter 7). American Spirit Publishing.

McGonigal, J. (2011). *Reality is broken: Why games make us better and how they can change the world*. New York, Penguin.

Montola, M., Stenros, J., & Waern, A. (2009). *Pervasive games: Theory and design*. Burlington, Morgan Kaufmann Publishers Inc.

Moreland, R. L. (1985). *Social categorization and the assimilation of" new" group members*. Journal of Personality and Social Psychology, 48(5), 1173.

Moreland, R. L., & Levine, J. M. (1982). *Socialization in small groups: Temporal changes in individual-group relations*. Advances in Experimental Social Psychology, 15, 137-192.

Murphy, T. J., & Treisman, U. (2008). *Supporting high achievement in introductory mathematics courses: What we have learned from 30 years of the emerging scholars program*. Making the Connection: Research and Teaching in Undergraduate Mathematics Education, 18(73), 205.

Piaget, J. (1962) *Play, Dreams and Imitation in Childhood*. New York, Norton.

Pinardi, D. (2010). Narrare, dall'odissea al mondo Ikea. Milano, paginauno.

Pronin, E., Lin, D. Y., & Ross, L. (2002). *The bias blind spot: Perceptions of bias in self versus others*. Personality and Social Psychology Bulletin, 28(3), 369-381.

Rabbie, J. M., & Horwitz, M. (1988). *Categories versus groups as explanatory concepts in intergroup relations*. European Journal of Social Psychology, 18(2), 117-123.

Rosenberg, T. (2008). *Necessary angels*. National Geographic.

Rosenberg, T. (2011). *Join the club: How peer pressure can transform the world*. New York, WW Norton & Company.

Salen, K., & Zimmerman, E. (2004). *Rules of play: Game design fundamentals*. Cambridge/London, MIT press.

Santor, D. A., Messervey, D., & Kusumakar, V. (2000). *Measuring peer pressure, popularity, and conformity in adolescent boys and girls: Predicting school performance, sexual attitudes, and substance abuse*. Journal of Youth and Adolescence, 29(2), 163-182.

Sherif, M., & Sherif, C. (1969). Social psychology. New York, Harper & Row.

Sicart, M. (2011). *Against procedurality*. Game Studies, 11(3), 209. Disponibile su: http://gamestudies.org/1103/articles/sicart_ap [accesso: gennaio 2017]

Simons-Morton, B., Haynie, D. L., Crump, A. D., Eitel, S. P., & Saylor, K. E. (2001). *Peer and parent influences on smoking and drinking among early adolescents*. Health Education & Behavior : The Official Publication of the Society for Public Health Education, 28(1), 95-107.

Steele, C. M., & Aronson, J. (1995). *Stereotype threat and the intellectual test performance of african americans*. Journal of Personality and Social Psychology, 69(5), 797.

Steinberg, L., & Monahan, K. C. (2007). *Age differences in resistance to peer influence*. Developmental Psychology, 43(6), 1531.

Stenros, J. (2012) *In defence of a magic circle: The social and mental boundaries of play*. Proceedings of DiGRA Nordic 2012 Conference: Local and Global–Games in Culture and Society. Vol. 2012. Disponibile su: http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/12168.43543.pdf [accesso: febbraio 2017]

Stryker, S. (1968). *Identity salience and role performance: The relevance of symbolic interaction theory for family research*. Journal of Marriage and the Family, 558-564.

Stryker, S. (1987). *Identity theory: Developments and extensions*. In K. Yardley & T. Honess (Eds.), Self and identity: Psychosocial perspectives (pp. 89-103). New York, John Wiley.

Stryker, S., & Serpe, R. T. (1982). *Commitment, identity salience, and role behavior: Theory and research example*. Personality, roles, and social behavior (pp. 199-218). New York, Springer-Verlag.

Suits, B. (1978). *The grasshopper: Games, life and utopia*. Toronto, University of Toronto Press.

Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. Cambridge, CUP Archive.

Turner, J. C. (1982). *Towards a cognitive redefinition of the social group*. In H. Tajfel (Ed.) *Social identity and intergroup relations* (pp. 15-40). Cambridge, Cambridge University Press.

Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J. Reicher, S. D. & Wetherell, M. S. (1987). Rediscovering the social group: A Self-Categorization Theory. Oxford & New York, Blackwell.

Turner, R. H., & Oakes, P. J. (1989). *Self-categorization theory and social influence*. In P. B. Paulus (Ed.), *The psychology of group influence* (pp. 233-275). Hillsdale, NJ, Erlbaum.

Van Gennep, A. (1909). *Les rites de passage* (1960). Chicago, U of Chicago P.

Vogler, C. (1992). *Il viaggio dell'eroe*. Roma, Dino Audino.

Wells, L. E., & Stryker, S. (1988). *Stability and change in self over the life course*. In P. B. Baites, D. L. Featherman & R. L. Lerner (Eds.), *Life-span development* (NJ: Erlbaum ed., pp. 191-229). Hillsdale, NJ, Erlbaum.

Williams, K. D. (2007). *Ostracism*. Annu.Rev.Psychol., 58, 425-452.

Winnicot, D. (1971) *Playing and reality*. London, Travistock Publication.

Wolke, D., & Sapouna, M. (2012). *Fear not: An innovative interdisciplinary virtual intervention to reduce bullying and victimisation*. In A. Constabile and B. Spears (eds) *The impact of technology on relationships in educational settings* (pp. 169-177). London, Routledge.

Zander, A., Stotland, E., & Wolfe, D. (1960). *Unity of group, identification with group, and self esteem of members*. Journal of Personality, 28(4), 463-478.

Grazie

Ringrazio Maresa Bertolo e Ilaria Mariani per il prezioso aiuto durante il periodo da tesista e, prima ancora, per avermi fatto scoprire il game design durante il corso. Grazie alla mia famiglia per il supporto costante, i giudizi sempre onesti e il sostegno anche dei progetti più ambiziosi, di tutti i tipi. A chi è rimasto vicino praticamente da sempre, per l'allegria, la follia, la pazienza e l'essersi resi disponibili a provare il mio progetto a scatola chiusa. A chi ha condiviso il mio percorso accademico, le nottate accademiche, le proposte di progetto che per fortuna non vedranno mai la luce e continua a essere vicino. Alle inaspettate amicizie dell'ultimo periodo, nonostante e grazie alla tesi.

Grazie a tutti quelli che ringrazierò di persona.