

INTROVERSIONE & ESTROVERSIONE

PARADIGMI LUDICI PER MIGLIORARE
LA COMUNICAZIONE INTERSOGGETTIVA

ANDREA PRACCHI | 798171

RELATORE: MARESA BERTOLO



POLITECNICO
MILANO 1863

POLITECNICO DI MILANO | SCUOLA DEL DESIGN | A.A. 2017/2018
CORSO DI LAUREA MAGISTRALE | DESIGN DELLA COMUNICAZIONE

RINGRAZIAMENTI

Ringrazio Maresa Bertolo per l'infinita pazienza e l'incrollabile calma con cui mi ha seguito in questo fin troppo lungo periodo da tesista e per avermi fatto conoscere il gioco da un punto di vista nuovo.

Un colossale grazie alla mia famiglia, che fino ad ora mi ha supportato e sopportato, nonostante gli alti e bassi e nonostante tutto.

Un enorme grazie ai miei compagni e amici di corso, per i mercoledì superati insieme e per le notti insonni, di studio e non, alle discussioni mistiche su invisibili unicorni rosa e teiere celesti. Insieme abbiamo superato il buio.

Un gigantesto grazie ai miei amici, che mi sono stati accanto e mi hanno sostenuto, incoraggiato e creduto in me, anche quando non vedevo oltre l'abisso. Grazie alla loro amicizia e ai momenti passati insieme, belli o brutti che siano stati.

Un grazie a chi ha condiviso con me questo periodo da tesista, al supporto reciproco e alla disponibilità.

Un grazie al gioco, che da sempre mi fa sopravvivere in questo mondo, e a chi li progetta.

Grazie a chi c'è, chi c'era, chi ci sarà e chi ci è sempre stato.

INDICE CONTENUTI

| | |
|----|-----------------|
| 9 | Indice immagini |
| 13 | Introduzione |

1 / LA CLASSIFICAZIONE DEI TRATTI PSICOLOGICI

| | | |
|----|------|---------------------------|
| 19 | 1 | Introduzione |
| 20 | 1.1 | Le prime teorie di Jung |
| 22 | 1.2 | Gli studi di Myers-Briggs |
| 24 | 1.3 | Il modello dei Big Five |
| 28 | B1.1 | Modello PEN di Eysenck |
| 30 | B1.2 | 16PF Theory di Cattell |

2 / INTROVERSIONE & ESTROVERSIONE

| | | |
|----|-----|---|
| 35 | 2 | Introduzione |
| 37 | 2.1 | Introversione e estroversione: caratteristiche e differenze sociali e comportamentali |
| 46 | 2.2 | Introversione e estroversione: differenze biologiche |
| 53 | 2.3 | L'ideale di estroversione nel mondo occidentale |
| 57 | 2.4 | La situazione odierna |
| 61 | 2.5 | Gruppo di appartenenza e peer pressure |
| 63 | 2.6 | Peer pressure e omologazione al gruppo |
| 65 | 2.7 | Esclusione dal gruppo e discriminazione |

3 / IL GIOCO

| | | |
|-----|-----|--|
| 71 | 3 | Introduzione |
| 72 | 3.1 | Cos'è il gioco |
| 76 | 3.2 | Meaningful play |
| 78 | 3.3 | Il flusso |
| 82 | 3.4 | Il cerchio magico |
| 85 | 3.5 | Playing alone together e cerchio magico |
| 92 | 3.6 | Serious, persuasive game e games for social change |
| 94 | 3.7 | Stealth approach |
| 97 | 3.8 | La classificazione di Bartle |
| 100 | 3.9 | Similitudini teorie psicologiche e tassonomia di Bartle |

4 / IL PROGETTO

| | | |
|-----|-----|--------------------------|
| 115 | 4 | Introduzione |
| 116 | 4.1 | Obiettivi di design |
| 117 | 4.2 | Tipologia di gioco |
| 120 | 4.3 | Telendar |
| 123 | 4.4 | Destinatari |
| 124 | 4.5 | Ambientazione e contesto |
| 127 | 4.6 | Gameplay |
| 132 | 4.7 | Componenti di gioco |
| 137 | 4.8 | Efficacia comunicativa |
| 141 | 4.9 | Futuri sviluppi |

A / APPENDICE CASI STUDIO

| | | |
|-----|-----|----------------------------|
| 144 | A.1 | Telendar |
| 146 | A.2 | Introversion: A Party Game |
| 148 | A.3 | Social Caterpillar |
| 150 | A.4 | Train |
| 152 | A.5 | Diablo (Saga) |
| 154 | A.6 | The Binding of Isaac |

B / APPENDICE RIFERIMENTI

| | |
|-----|--------------|
| 159 | Bibliografia |
|-----|--------------|

INDICE IMMAGINI

1 / LA CLASSIFICAZIONE DEI TRATTI PSICOLOGICI

- 19 Figura 1.1 *Le diverse combinazioni degli indici nella teoria di Jung dei tratti psicologici*
©: Myers-Briggs & Myers, 1995
- 21 Figura 1.2 *Le diverse combinazioni degli indici nella Myers-Briggs Type Indicator*
©: Myers-Briggs & Myers, 1995
- 22 Figura 1.3 *Rappresentazione dei cinque tratti dei Big Five*
©: verywellmind.com
- 23 Figura 1.4 *Tabella riassuntiva delle principali caratteristiche per ogni tratto della teoria dei Big Five*
©: McCrae & Costa, 2005

2 / INTROVERSIONE E ESTROVERSIONE

- 36 Figura 2.1 *Fumetto che rappresenta come per un introverso sia più rilassante e gratificante del tempo lontano dalle feste, magari in mezzo alla natura*
©: Tom Fonder
- 37 Figura 2.2 *Vignetta che raffigura come nella stessa situazione introversi ed estroversi rispondano in maniera diversa e ne risentano i livelli di energia*
©: Riskology.com
- 38 Figura 2.3 *Fumetto che evidenzia come davanti a situazioni non congeniali al tipo introverso, esso abbia bisogno di più tempo per prepararsi e reagire*
©: C. Cassandra
- 40 Figura 2.4 *Vignetta ironica sulla necessità del tipo introverso di ricaricarsi tramite del tempo da solo*
©: introvert-inspiration.com
- 41 Figura 2.5 *Due grafici mostrano le ironiche differenze tra ciò che comunemente si pensa sull'introversione e cosa realmente sia*
©: Anna Borges
- 43 Figura 2.6 *Fumetto che mostra come anche gli introversi possano divertirsi alle feste o in occasioni sociali, ma costi loro fatica*
©: Lucia Rhoder
- 45 Figura 2.7 *Disegno umoristico che mostra i diversi pensieri all'interno del cervello di un introverso alle feste*
©: Jen Lewis
- 46 Figura 2.8 *Schema rappresentativo del differente processo mentale di introversi ed estroversi*
©: Liz Fosslien
- 47 Figura 2.9 *Vignetta ironica che mostra la "terribile" decisione di cosa dire in momenti sociali dal punto di vista di un introverso*
©: Adam Ellis
- 49 Figura 2.10 *Disegno che rappresenta la diversa sensibilità alla ricompensa e la freddezza di reazione ad uno stimolo*
©: Liz Fosslien
- 50 Figura 2.11 *Fumetto comico di un cervello di introverso, con un bisogno di socialità interattiva, ma di breve durata*
©: Sarah Anderson
- 52 Figura 2.12 *Fotogramma del telefilm Orange Is The New Black in cui una delle protagoniste legge un libro di Dale Carnegie*
©: Netflix
- 53 Figura 2.13 *Altro fotogramma del telefilm Orange Is The New Black in cui una delle protagoniste legge un altro libro di Dale Carnegie*
©: Netflix
- 56 Figura 2.14 *Striscia fumettistica che evidenzia le due facce del mondo estroverso e introverso, e come la creatività sia legata principalmente al lato introverso*
©: Marzi

- 57 Figura 2.15 *Vignetta che mostra la percezione sbagliata di un comportamento silenzioso all'interno di riunioni di lavoro*
©: Liz Fosslien
- 60 Figura 2.16 *Vignetta che mostra come la peer pressure possa influenzare l'opinione altrui*
©: Sally Kindberg
- 62 Figura 2.17 *Striscia fumettistica che mostra il bisogno naturale di omologarsi al gruppo per sentirsene parte*
©: Baby Blues
- 63 Figura 2.18 *Fumetto che illustra le problematiche di una mentalità di gruppo generata dalla peer pressure*
©: Tundra Comic
- 64 Figura 2.19 *Fumetto che mostra le ripercussioni più o meno gravi di un atteggiamento diverso da quello del gruppo di riferimento*
©: Zits Comic
- 65 Figura 2.20 *Vignetta ironica che paragona la peer pressure alla sindrome di Stoccolma*
©: Cyanide and Happiness

3 / IL GIOCO

- 77 Figura 3.1 *Schema rappresentativo del flusso*
©: M. Csikszentmihályi
- 81 Figura 3.2 *Schema rappresentativo del cerchio magico e della sua interazione con gli elementi culturali della realtà*
©: Bertolo & Mariani, 2014
- 84 Figura 3.3 *Vignetta che mostra un tipo di socievolezza ambientale*
©: Philippa Rice
- 87 Figura 3.4 *Un'altra vignetta che mostra un tipo di socievolezza ambientale*
©: A. Caycedo-Kimura
- 89 Figura 3.5 *Grafici che mostrano le percentuali di giocatori nelle case statunitensi e con chi essi giocano*
©: E.nerertainment Software Association, 2017
- 94 Figura 3.6 *Un'immagine del gioco Train*
©: Brenda Romero
- 96 Figura 3.7 *Schema di Bartle per la classificazione delle interazioni tra gioco e giocatori*
©: R. Bartle, 1996
- 100 Figura 3.8 *Schema esempio del grafico a radar utilizzato per l'analisi di Bartle dei giochi*
- 101 Figura 3.9 *Grafici di analisi di 108 giochi secondo la tassonomia di Bartle*

4 / IL PROGETTO

- 115 Figura 4.1 *Una schermata di Diablo, Blizzard, 1996*
- 116 Figura 4.2 *Una schermata di Ultima Online, Origin Systems Inc, 1997*
- 116 Figura 4.3 *Una schermata di The Binding of Isaac, Edmund McMillen & Florian Himsl, 2011*
- 117 Figura 4.4 *Momenti di una partita di Gloomhaven, Isaac Childres, 2017*
- 117 Figura 4.5 *Una versione da tavola di Dungeons & Dragons, Wizards of the Coast, 2011*
- 118 Figura 4.6 *Scatola del gioco di Telendar, Dynamix Italia, 2010*
- 119 Figura 4.7 *Panoramica dell'area di gioco di Telendar*
- 120 Figura 4.8 *Scatola di Telendar e materiale di gioco*
- 120 Figura 4.9 *Dettaglio dell'area di gioco di Telendar*

- 123 Figura 4.10 *Moodboard per l'ambientazione*
La città ideale - Sconosciuto
La città ideale - Sconosciuto
La Vergine col Bambino e San Giovanni infante - Juan de Burgunya
Imaginary view of Rome with the Horse Tamer of the Monte Cavallo and a Church - Hubert_Rober
Adorazione dei Magi - Sandro Botticelli
La scuola di Atene - Raffaello Sanzio
Sposalizio della Vergina - Raffaello Sanzio
- 124 Figura 4.11 *Moodboard per l'ambientazione*
Veduta di Siena
Scorcio di Firenze
Panoramica di Lucca
- 126 Figura 4.12 *Diagramma di flusso del gameplay*
- 129 Figura 4.13 *Diagramma di flusso della fase di combattimento*
- 130 Figura 4.14 *Due Plance Personaggio, avanti e retro*
- 131 Figura 4.15 *Alcune Tessere Territorio*
- 132 Figura 4.16 *Due Carte Evento, fronte e retro*
- 133 Figura 4.17 *Alcune Carte Oggetto, fronte e retro*
- 134 Figura 4.18 *Panoramica dell'area di gioco*
- 134 Figura 4.19 *Dettaglio dell'area di gioco*
- 135 Figura 4.20 *Una foto di una delle partite di analisi comunicativa*
- 136 Figura 4.21 *Una foto di un momento di una partita di analisi comunicativa*
- 137 Figura 4.22 *Un momento post partita durante la compilazione del questionario di valutazione comunicativa*

A / APPENDICE CASI STUDIO

- 143 Figura A.1 *Scatola del gioco di Telendar, Dynamix Italia, 2010*
- 143 Figura A.2 *Dettaglio dell'area di gioco di Telendar*
- 145 Figura A.3 *Una schermata di Introversion: a party game, Joseph Rossi & Chris Dilday, 2014*
- 145 Figura A.4 *Un'altra schermata di Introversion: a party game*
- 147 Figura A.5 *Schermata di Social Caterpillar, Merlandese, 2013*
- 147 Figura A.6 *Un'altra schermata del gioco Social Caterpillar*
- 149 Figura A.7 *Dettaglio di un vagone di Train, Brenda Romero, 2009*
- 149 Figura A.8 *Panoramica dell'area di gioco di Train*
- 151 Figura A.9 *Una schermata di gioco di Diablo, 1996, Blizzard*
- 151 Figura A.10 *Una schermata di gioco di Diablo III, 2012, Blizzard-Activision*
- 153 Figura A.11 *Schermata di gioco di The Binding of Isaac, Edmund McMillen & Florian Himsl, 2011*
- 153 Figura A.12 *Un'altra schermata di The Binding of Isaac*

INTRODUZIONE

L'interesse a indagare sugli aspetti che comunemente vengono definiti di estroversione e introversione nasce da una percezione personale di preferenza nella società di un carattere fortemente sociale e dinamico, a discapito di un comportamento più pacato, riservato e riflessivo. Questi due concetti vengono appunto definiti brevemente in quello che comunemente viene detto individuo estroverso o individuo introverso.

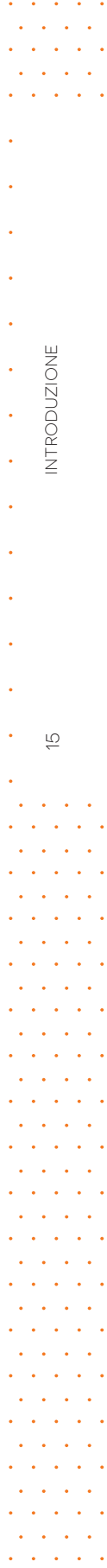
Per capire cosa sono estroversione e introversione a tutti gli effetti, si è dovuto prima di tutto iniziare da una analisi delle varie tipologie di classificazione dei tratti della personalità che si hanno in ambito psicologico. Si è quindi partiti dalle primissime teorie di Jung, che definirono la base per la psicologia futura, per poi passare alle loro naturali evoluzioni, come il Myers-Briggs e, successivamente, il modello oggi più riconosciuto dei Big Five per la classificazione dei tipi psicologici.

Una volta definito come la psicologia sia arrivata a definire i due tratti presi in considerazione, e come vengono considerati nelle tassonomie moderne, si è potuto passare ad analizzare estroversione e introversione da un punto di vista più sociale. Partendo innanzitutto da quali siano le varie differenze sociali, comportamentali e biologiche, si è poi passato a osservare perché la società occidentale sia arrivata a preferire il carattere di estroversione rispetto a quello di introversione. Successivamente si è esaminata quale sia la situazione odierna, come la società si comporta nel trattare i due tipi psicologici e come questa preferenza per l'estroversione crei una sorta di ambiente sbilanciato, e sostanzialmente denigratorio verso la figura introversa. Questa analisi ha portato a studiare meglio le dinamiche dietro alla pressione sociale, all'appartenenza ad un gruppo e ai meccanismi di discriminazione, più o meno involontari.

In seguito, poiché questa tesi si posiziona all'interno dei Game Studies, è stato doveroso proporre una panoramica della disciplina trattata, concentrandosi sui vari aspetti fondamentali per poter comprendere la materia e l'ambito in cui l'elaborato si posiziona.

Per questo motivo ci si è concentrati maggiormente sulla definizione dei Persuasive Games e dei Games for Social Change, così come è stato importante definire i concetti di cerchio magico e della socialità ambientale, del flusso, così come l'approccio stealth nella progettazione per la comunicazione della tematica. Inoltre, si è cercato attraverso un'approfondita analisi, di mettere in relazione le tassonomie psicologiche precedentemente esaminate, con le classificazioni di gioco e giocatori di Bartle, per cercare di trovare dei punti di incontro tra le teorie in diversi ambiti.

Infine, grazie alla ricerca effettuata nei capitoli precedenti, l'ultima parte di questa tesi si concentra sull'artefatto di gioco elaborato attorno alla tematica dell'estroversione e dell'introversione. Oltre a descrivere nel complesso il progetto, la struttura di gioco, l'ambientazione ed il target di riferimento, viene analizzata la tipologia di gioco e le motivazioni che hanno spinto a tale scelta, insieme ai risultati dei playtest e delle valutazioni dell'efficacia comunicativa dell'artefatto. In ultimo si hanno delle riflessioni su quelli che potrebbero essere gli sviluppi futuri, su come si potrebbe aumentare l'efficacia nel trasmettere e ampliare il messaggio.





LA CLASSIFICAZIONE DEI TRATTI PSICOLOGICI

In questo capitolo vengono descritte le basi da cui si è partiti per analizzare nel dettaglio i due tipi di introversione ed estroversione. Esso si struttura come una panoramica su quelle che sono le varie teorie psicologiche di classificazione dei tratti caratteriali, che trattano nello specifico e prendono in considerazione i due tipi, e quali siano i pro e i contro di ognuno di essi.

1 LA CLASSIFICAZIONE DEI TRATTI PSICOLOGICI

Per poter parlare nello specifico di estroversione e introversione, e di quello che ne comporta, occorre prima di tutto analizzare queste due caratteristiche all'interno di altre classificazioni più ampie della psicologia umana, in modo da poter avere una migliore visione d'insieme di come si compone il carattere umano.

La classificazione delle personalità in psicologia è un argomento di ampia discussione, lo dimostrano le grandi e numerose teorie in continuo sviluppo; introversione ed estroversione, però, sono elementi che, secondo diverse forme e modalità, sono presenti in tutte le più importanti teorie dei modelli di personalità.

Essendo un campo di studi particolarmente vasto ed in evoluzione, non sono state prese qui in considerazione, ovviamente, tutte le teorie catalogazione della personalità, ma solo quelle ritenute rilevanti per analizzare gli aspetti di introversione ed estroversione.

Per cercare di dare quindi una visione globale, si sono analizzate dapprima le teorie di Jung, per poi passare ad una teoria derivata, il *Myers-Briggs Type Indicator (MBTI)*. Tuttavia, queste teorie non prendono in considerazione alcuni aspetti della mente umana, si è quindi analizzato successivamente la teoria conosciuta come *Big Five* o *Five Factor Model*. Questa teoria ha alcune somiglianze con il MBTI, come si vedrà più avanti, ma è considerata più accettabile dalla comunità scientifica odierna per via del fatto che ha un approccio più ampio e meno restrittivo nel descrivere le personalità umane.

1.1 LE PRIME TEORIE DI JUNG

Le prime teorie che sono state analizzate furono elaborate da Jung, principale ideatore della teoria della psicologia analitica, ed esposte nel suo lavoro del 1921, *Tipi Psicologici*. Egli definisce dapprima tre indici per catalogare la personalità umana: come una persona percepisce il mondo: la *percezione*; come una persona giudica il mondo: il *giudizio*; e se considera più importante il mondo delle idee o il mondo delle persone: *mondo*. Più in dettaglio i tre indici:

PERCEZIONE

Il primo dei tre indici rappresenta la parte irrazionale e descrive come una persona percepisce il mondo, la *percezione*, viene successivamente suddiviso in altri due fattori, due modi di percepire il mondo diversi: *Sensing S*, grazie all'utilizzo dei nostri sensi come vista e tatto, e *Intuition N*, tramite idee e modelli mentali nella nostra mente. Viene considerata la parte irrazionale, perché non fa riferimento a nessun pensiero logico o di giudizio, ma si basa interamente, appunto, sulle percezioni.

GIUDIZIO

Il secondo indice rappresenta la parte razionale e descrive come una persona giudica il mondo, il giudizio, viene anch'esso suddiviso in due fattori, due modi di giudicare il mondo: *Thinking T*, una visione del mondo strettamente logica, e *Feeling F*, un giudizio dettato dai nostri sentimenti e dal nostro sistema di valori personali. Il giudizio viene considerato la parte razionale, poiché fa riferimento a pensieri logici ed azioni ponderate e pianificate.

MONDO

A questi due primi indici, come già detto, è stato poi aggiunto un terzo elemento, se la persona preferisce il mondo delle idee o delle persone. Quest'ultimo elemento è quello che viene considerato *Introversione I* o *Estroversione E*, secondo la definizione stessa di introversione ed estroversione di Jung. L'estroverso è attirato dal mondo esterno, il mondo delle persone e dell'azione e del fare, mentre al contrario, l'introverso è quindi attirato dal mondo interno, quello dei pensieri e dei sentimenti.

Fig. 1.1
 Le diverse
 combinazioni degli
 indici nella teoria
 di Jung dei tratti
 psicologici
 ©: Myers-Briggs &
 Myers, 1995

| | | EXTRAVERT | INTROVERT |
|----------------------|-----------|------------|------------|
| SENSING + THINKING | ST | EST | IST |
| SENSING + FEELING | SF | ESF | ISF |
| INTUITION + FEELING | NF | ENF | INF |
| INTUITION + THINKING | NT | ENT | INT |

Mettendo insieme i primi due indici, percezione e giudizio, e successivamente l'ultimo, il mondo, si vengono a creare un totale di otto tipi psicologici differenti, come si può vedere nella tabella (Fig. 1.1)

Questi elementi sono ben analizzati e ripresi da Myers-Briggs & Briggs nei loro lavori (1995), come si vedrà successivamente, che hanno semplificato queste teorie appena esposte. Sulla base stessa di queste schematizzazioni, hanno poi rielaborato e creato la loro teoria dei tratti psicologici come normale evoluzione di quella di Jung.

1.2 GLI STUDI DI MYERS-BRIGGS

Katharine Cook Briggs e sua figlia Isabel Briggs-Myers, crearono, come già detto, partendo dalle teorie di Jung, una loro propria teoria, riprendendo i precedenti citati tre indici, percezione, giudizio e mondo, ed aggiungendone un quarto. La teoria si propone di indicare le differenti percezioni del mondo delle varie persone e di capire meglio il loro processo decisionale attraverso le loro preferenze psicologiche.

Al contrario della teoria di Jung, in cui i fattori giudizio e percezione vengono solamente citati e vengono utilizzati per motivare la creazione di due suoi indici, nella teoria di Myers-Briggs vengono presi in considerazione come veri e propri indici. Da qui abbiamo la definizione del fattore *Judging J* e *Perception P*, che divide le persone a seconda della loro preferenza ad utilizzare un metodo o un altro per analizzare il mondo.

In aggiunta, viene esteso il concetto di funzione dominante e di funzione ausiliaria. La funzione dominante è la funzione che verrà utilizzata per interagire con il mondo preferito, quello delle persone o delle idee, mentre al contrario la funzione ausiliaria si occuperà del mondo considerato meno importante per la persona. In questo modo per i tipi estroversi E la lettera J o P attribuita andrà letta come la funzione principale per interagire con il mondo esterno, e di conseguenza la funzione ausiliaria per il mondo interno andrà fatta ricadere sulla lettera opposta, non presente. Di contro, per i tipi introversi I la lettera J o P rappresenta il processo ausiliario, cioè il loro metodo di interazione per il mondo esterno, a loro meno preferito rispetto al mondo interno e, quindi, la lettera mancante farà riferimento alla funzione dominante del mondo interno a loro preferito.

Con l'aggiunta della coppia dicotomica J/P, ai già otto tipi analizzati da Jung, se ne configurano altri otto, come si può vedere nella tabella (Fig. 1.2), attraverso i quali si ha un'analisi più approfondita delle varie personalità umane, con una visione più ampia sulla preferenza del mondo interno o esterno e sul metodo di analisi di essi.

Fig. 1.2
Le diverse
combinazioni degli
indici nella Myers-
Briggs Type Indicator
©: Myers-Briggs &
Myers, 1995

| | | SENSING | | INTUITION | |
|-----------|------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | | THINKING | FEELING | FEELING | THINKING |
| | | -ST- | -SF- | -NF- | -NT- |
| INTROVERT | I--J | ISTJ | ISFJ | INFJ | INTJ |
| | I--P | ISTP | ISFP | INFP | INTP |
| EXTRAVERT | E--P | ESTP | ESFP | ENFP | ENTP |
| | E--J | ESTJ | ESFJ | ENFJ | ENTJ |

Al giorno d'oggi però, questo indicatore, nonostante molto popolare in alcuni settori di impiego, è molto criticato dalla comunità scientifica, poiché non è considerato affidabile, generando risultati diversi sullo stesso soggetto in momenti diversi, misurando categorie non indipendenti tra loro, e non comprendendo categorie oggi considerate alla base di qualsiasi analisi della personalità, come ad esempio il neuroticismo. I quattro indici del MBTI mostrano comunque una correlazione con il modello dei Big Five, oggi considerato più comprensivo e completo.

1.3 IL MODELLO DEI BIG FIVE

La teoria dei Big Five, detta anche Five Factor Model o OCEAN, dalla sigla dei cinque elementi che la costituiscono, è attualmente una delle più consolidate ed accreditate teorie dell'analisi dei tratti psicologici umani. La teoria è stata sviluppata raffinando precedenti teorie psicologiche nomotetiche e definita nella sua forma attuale nel 1985 da Robert R. McCrae, psicologo della personalità e ricercatore al National Institute of Aging negli Stati Uniti, e Paul T. Costa, psicologo e ricercatore al National Institute of Health, sempre negli Stati Uniti d'America.

La teoria dei Big Five è una delle numerose teorie che si basa sul linguaggio parlato e non su esperimenti in laboratorio. La teoria nasce dal presupposto che agli oggetti e alle caratteristiche che più riteniamo importanti nella vita, venga attribuito un nome e diventi parte del linguaggio; allo stesso modo, i principali tratti di personalità che nel linguaggio di tutti i giorni vengono percepiti come importanti, sono stati descritti pian piano attraverso il linguaggio, e le caratteristiche più spiccate hanno ottenuto una propria parola unica per essere descritte.

Fig. 1.3
Rappresentazione
dei cinque tratti dei
Big Five
©: verywellmind.com



Su questa base, la teoria è nata e si è evoluta attraverso l'analisi fattoriale di numerose parole usate per descrivere gli aspetti della personalità e della psiche nel linguaggio comune di tutti i giorni. Attraverso questa immensa analisi del linguaggio sono nati i principali indici della teoria, i cosiddetti Big Five, e i suoi indici minori.

Le cinque caratteristiche di riferimento su cui si sviluppa la teoria sono quindi *Openness to experience O*, *Conscientiousness C*, *Extraversion E*, *Agreeableness A* e *Neuroticism N*. Ogni indice è definito nel dettaglio di seguito:

OPENNESS TO EXPERIENCE

Il primo dei cinque tratti, rappresentato dalla lettera O, l'Openness to experience o apertura mentale, come si può intuire dal nome, determina e descrive l'apertura alle nuove esperienze in generale. Alti valori in questo parametro definiscono un grande apprezzamento per idee, arte, emozioni e generalmente nuove esperienze in ogni contesto. Un alto valore in questo tratto, inoltre, è strettamente correlato a una elevata curiosità, creatività e volontà nell'esplorare ed esperire nuove sensazioni. Le persone con un basso punteggio in questo indice, al contrario, tenderanno ad essere più tradizionali, con una bassa curiosità e più conservatrici nei loro comportamenti e nei loro interessi.

Nonostante nella teoria dei Big Five i cinque indici siano strettamente indipendenti, l'Openness mantiene dei legami con l'indice Extraversion in alcune interpretazioni della teoria e in alcune applicazioni pratiche attraverso test e questionari.

CONSCIENTIOUSNESS

Il secondo tratto Conscientiousness, rappresentato dalla lettera C, descrive la coscienziosità, l'essere cauti ed attenti. Un elevato valore in questo tratto definisce la propria organizzazione, sia personale che nel lavoro, la pianificazione dei comportamenti piuttosto che le reazioni di impulso, l'attenzione ai dettagli e generalmente l'affidabilità e la rigosità. Di contro, le persone con un

basso punteggio in questo indice tendono a non essere abbastanza motivate per perseguire i propri obiettivi, sono meno orientate verso il successo, meno affidabili e più propense ad avere comportamenti antisociali e/o criminali, in generale, hanno una ridotta capacità nel gestire i propri impulsi e a controllarli in maniera utile ai propri scopi.

EXTRAVERSION

Il tratto dell'estroversione E, definisce la quantità di energia psichica e personale che viene creata attraverso il contatto sociale con altre persone, attraverso la stessa primissima definizione che fu enunciata da Jung (1921). Le persone con un alto valore in questo indice sono considerate, appunto, estroverse, sono più loquaci, propense al parlare in pubblico, a proprio agio in grandi gruppi, più propensi alla vita sociale e ad intrattenere. Sono percepite inoltre come dominanti e bisognose di attenzioni. Al contrario, un valore basso in questo indice rappresenta invece le persone cosiddette introversive, considerate spesso come più riservate, riflessive ed analitiche, preferendo generalmente ambienti tranquilli, attività mentali e in generale minori stimolazioni dal mondo esterno, rispetto all'individuo estroverso.

AGREEABLENESS

Il quarto tratto, l'Agreeableness o accettabilità, rappresentato dalla lettera A, descrive la propria preoccupazione per il contesto sociale e l'armonia. Un alto valore in questo tratto definisce spesso modi di fare rivolti al benessere sociale, all'altruismo, al farsi accettare e a capire gli altri. Al contrario, un basso valore, definisce caratteristiche egoistiche, scetticismo verso le altre persone e poca volontà di collaborazione e integrazione, così come segni di narcisismo e volontà manipolative. Un basso valore, però, è legato anche a personalità competitive, la cui aggressività, può essere interpretata come poca affidabilità e considerazione altrui.

NEUROTICISM

L'ultimo tratto definito con la lettera N, Neuroticism, Neuroticismo, anche descritto come emotività negativa o stabilità emotiva, è la tendenza a esperire emozioni negative, come ansia, rabbia, gelosia, invidia ed in generale ogni tipo di emozione che può venire considerata normalmente negativa. Un elevato valore di questo tratto generalmente conduce a un più elevato stress a seguito di situazioni anche banali, a una visione pessimistica delle situazioni e a non vedere il lato positivo o la soluzione ai problemi. Gli individui con un basso valore tendono ad essere meno soggetti ai fattori di stress, a rimanere calmi in numerose situazioni e a essere meno soggetti ad emozioni negative che potrebbero permanere per un lungo periodo, come disturbi provocati dall'ansia o stati d'umore depresso.

Questi cinque indici, riassunti brevemente nella tabella in figura (Fig. 1.4), sono misurabili attraverso vari test, alcuni ritrovabili anche online e fattibili senza la necessità di una figura professionale. Solitamente si tratta di questionari di circa sessanta domande, con i quali, si definisce un valore su scala percentuale per ognuno dei cinque tratti principali. Con questi cinque valori percentuali, si ha così un profilo della personalità dell'individuo.

Fig. 1.4
Tabella riassuntiva
delle principali
caratteristiche per
ogni tratto della
teoria dei Big Five
©: McCrae & Costa,
2005

| | INDICE BASSO | INDICE ALTO |
|-------------------|--|---|
| OPENNESS | IDEALI CONSERVATIVI GIUDIZI CONVENZIONALI A DISAGIO CON COMPLESSITÀ MORALISTICO | DA VALORE A MATERIE INTELLETTUALI RIBELLE, NON CONFORMISTA INUSUALI PROCESSI DI PENSIERO INTROSPETTIVO |
| CONSCIENTIOUSNESS | EROTIZZA LE SITUAZIONI INCAPACE DI GESTIRE GRATIFICAZIONE INDULGENTE CON SÉ STESSO SOGNATORE | COMPORTAMENTO ETICO AFFIDABILE E RESPONSABILE PRODUTTIVO ASPIRAZIONI ALTE |
| EXTRAVERSION | EMOZIONALMENTE PIATTO EVITA RELAZIONI INTIME CONTROLLO DEGLI IMPULSI REMISSIVO | LOQUACE GREGARIO SOCIALE ASSERTIVO |
| AGREEABLENESS | CRITICO, SCETTICO ACCONDISCENDENTE TENTA DI SUPERARE I LIMITI ESRPIME OSTILITÀ IN MANIERA DIRETTA | SIMPATETICO COMPASSIONEVOLE STIMOLA PIACEVOLEZZA COMPORTAMENTO PERMISSIVO |
| NEUROTICISM | CALMO E RILASSATO SODDISFATTO DI SÉ CHIARA PERSONALITÀ OBIETTIVO | PERMALOSO ANSIOSO IRRITABILE INCLINE AL SENSO DI COLPA |

BOX 1 **MODELLO PEN DI EYSENCK**

Hans Jürgen Eysenck fu uno psicologo tedesco che venne fortemente criticato per le sue idee e teoria, ritenute controverse attorno al 1950. Oggi attraverso la ricerca scientifica, sappiamo che gran parte delle sue teorie, seppur con alcune correzioni, hanno una base concreta, come vedremo nel capitolo 2.3.

Eysenck fu infatti il primo a pensare ci fosse un legame tra la personalità e la biologia di un essere umano. Infatti, il suo modello cosiddetto PEN (Eysenck, 1981), dalla sigla dei tre indici Psychoticism, Extraversion e Neuroticism, cerca di correlare i fattori psicologici ad una base genetica. La correlazione genetica della personalità fu il principale motivo di critica verso le sue teorie; questa sua visione deterministica infatti, toglieva libero arbitrio alla persona. Nel dettaglio, i tre indici da lui proposti sono:

PSYCHOTICISM

Il primo dei tre indici, Psychoticism P, fu in realtà l'ultimo ad essere inserito in questa teoria, esso analizza il fattore di psicoticismo/normalità. Un alto valore di questo indice può rappresentare comportamenti irresponsabili, condotte pericolose e violazioni generali delle norme sociali, insieme ad un bisogno immediato di gratificazione. Secondo questa descrizione, alti livelli di psicoticismo, quindi, ridurrebbero il condizionamento sociale e porterebbero a seguire solamente i propri interessi personali, conducendo a comportamenti criminali e psicosi. L'unico elemento positivo riscontrato in alti valori di questo tratto è la correlazione in qualche modo, secondo Eysenck, con la creatività. (Eysenck, 1995)

EXTRAVERSION

Il tratto di estroversione era considerato nella maniera classica enunciata da Jung, ma non era visto come un elemento discreto, ma come un insieme continuo con l'introversione, misurabile in più o meno concentrazioni. Alti livelli di estroversione quindi riconducono al più classico degli estroversi descritti da Jung, individui particolarmente sociali, che tendono a concentrarsi in attività di gruppo, oratorie e di continua conoscenza di nuove persone.

La libido enunciata da Jung è l'energia psichica che un individuo ha verso l'esterno o l'interno. Gli estroversi

proiettano la loro energia verso l'esterno, verso le altre persone, al contrario degli introversi che la proiettano all'interno, in attività meno sociali. Eysenck, riprendendo questa analisi sull'energia, pensava che l'estroversione fosse strettamente collegata ai livelli di arousal nel cervello. Gli estroversi avrebbero minori livelli di arousal corticale, che li spingerebbe costantemente a cercare stimoli esterni, di contro, gli introversi, avrebbero elevati livelli di arousal, che li spingerebbe ad evitare determinate situazioni per non venire sovraccaricati di stimoli.

Quest'ultima teoria è tutt'ora valida ed esperimenti effettuati negli anni successivi, come vedremo nel capitolo 2.3, confermano ancora oggi l'esistenza di un fattore genetico legato a estroversione e introversione.

NEUROTICISM Il neuroticismo è il tratto che valuta la stabilità emotiva. Come in altre teorie, un basso livello di questo tratto rappresenta una più marcata stabilità emotiva, una maggiore resistenza ai fattori di stress, ed una visione più positiva delle situazioni. Al contrario, elevati valori di questo parametro comporterebbero un elevato livello di ansia e di stress, preoccupazioni per aspetti irrisori e senza nessuna importanza ed una visione spesso negativa delle situazioni.

Gli indici della PEN hanno molto in comune con il modello dei Big Five, largamente più utilizzato, analizzato e rifinito, e generalmente più accettato ai giorni d'oggi. Il modello PEN di Eysenck rimane una delle poche teorie che mette in relazione fattori genetici e personalità, in un modello unico.

BOX 2 **16PF THEORY DI CATTELL**

Raymond Bernard Cattell fu uno psicologo inglese rinomato per i suoi studi di psicometria. Attraverso i suoi studi (Cattell 1978) creò il test dei sedici fattori della personalità, Sixteen Personality Factory (16PF). Questo test si prepone di descrivere i tratti della personalità umana, ma può essere utilizzato anche da specialisti per diagnosticare disordini o disturbi mentali.

Il 16PF è un test che può essere fatto in autonomia, composto da 185 domande a risposta multipla, poste con un linguaggio semplice e non aggressivo. A differenza di altri test, le domande non sono sulla percezione della propria persona, ma su eventi normali della giornata o su situazioni concrete, scegliendo ogni possibile risposta dall'impressione che si ha di sé.

Ogni domanda è collegata ad uno dei sedici fattori della personalità definiti da Cattell, ed alla fine del test, l'insieme delle risposte va a creare un punteggio per ogni singolo fattore. L'aspetto interessante di questo test è rappresentato dal fatto che nelle ultime versioni del questionario, cinque dei sedici fattori principali assomigliano fortemente ai cinque fattori della teoria dei Big Five.

La differenza sostanziale si ha però nel fatto che i vari indici, nella teoria dei sedici fattori, si influenzano a vicenda, correlandosi tra loro e non rimanendo slegati o autonomi, come accade invece nella teoria dei Big Five.

2

INTROVERSIONE & ESTROVERSIONE

In questo capitolo vengono trattate estroversione e introversione più nello specifico, vengono date le definizioni dei due tipi e descritti guardando più all'ambito sociale, comportamentale e biologico, invece che solamente da un punto di vista psicologico, per avere una visione completa dei due tratti. Viene inoltre descritto brevemente il comportamento della società verso i due tipi e come si è arrivati a preferire l'estroversione, rispetto all'introversione. Vengono infine descritte le dinamiche di gruppo, per meglio capire i meccanismi della pressione sociale.

2 INTROVERSIONE E ESTROVERSIONE

Introversione ed estroversione, come già visto attraverso le varie teorie della catalogazione dei tratti psicologici umani, sono due elementi sempre presenti e basilari nella definizione del carattere di un individuo. Introversione ed estroversione sono forse gli aspetti più importanti della nostra personalità e, per questo motivo, punto centrale di questa tesi e meritano un'attenzione particolare nell'analisi delle loro caratteristiche.

Questi due tratti, fra tutti gli altri, influenzano fortemente le nostre decisioni di vita, le amicizie, le scelte lavorative, le relazioni affettuose, la riflessività, la motivazione, il bisogno di gratificazione, il modo di pensare e di agire, e addirittura le capacità decisionali e di leadership. (Cain 2012, p. 13)

Estroversione e Introversione, data la loro importanza, sono quindi alla base di numerosi metodi di classificazione psicologici della mente umana, ma trovano diversa collocazione e leggere differenze a seconda del sistema di riferimento. Più spesso sono classificati come "tipi" psicologici o "tratti" psicologici. Come già accennato la prima menzione dei due tipi viene fatta risalire a Jung (1921), nel cui trattato descrive per la prima volta i due concetti, definendoli, appunto, tipi, ma come visto, altre catalogazioni li prendono in considerazione come tratti. Tipi e tratti psicologici differiscono tra di loro, con i secondi visti generalmente come un insieme continuo tra opposti, piuttosto che due categorie rigidamente separate, come i primi.

Sia che siano definiti come tratti o come tipi, Introversione ed Estroversione vengono quasi sempre trattate dalle varie teorie allo stesso modo, ma sono anche concetti conosciuti ampiamente dalla popolazione e utilizzati comunemente nel linguaggio di tutti i giorni:

“Le tradizioni culturali dell’Occidente abbracciano un concetto di variabilità individuale che sembra essere antico, diffuso e radicato. In forma popolare, si tratta del familiare concetto di uomo d’azione, realista e socievole, opposto al pensatore, al sognatore all’idealista, al timido. Le etichette più comuni associate a questa tradizione coincidono con l’appellativo di estroverso e introverso.” (C.A. Valentine in David G. Winter 1996)

Il concetto popolare di Introversione ed Estroversione, per quanto immediato e di facile comprensione, è leggermente differente dal concetto psicologico che abbiamo analizzato. Ad esempio, popolarmente, alcuni concetti attribuiti alla persona introversa come l’essere sognatore o idealista, appartengono nella teoria dei Big Five al tratto di Open Mindedness e di Conscientiousness, e non ad un basso livello del tratto di Estroversione, così come gli alti livelli di ansia e paura sociali ricadono nel tratto di Neuroticism. Per questo motivo il concetto di Introversione ed Estroversione che analizzerò, terrò sì conto del punto di vista psicologico e dell’analisi trattata, ma terrò conto anche del pensiero e della visione comune che si ha dei due concetti.

2.1 INTROVERSIONE E ESTROVERSIONE: CARATTERISTICHE E DIFFERENZE SOCIALI E COMPORTAMENTALI

Data quindi l'importanza dei due concetti, le definizioni sarebbero fondamentali, ma come appena accennato, e visto nel capitolo 1, ogni psicologo e ogni teoria li definiscono in maniera leggermente differente. Partendo prima di tutto dalla definizione che Jung (1921) stesso da dei due tipi, possiamo definire l'estroversione come:

“spostamento verso l'esterno della libido. Con questo concetto io definisco quel rapporto fra il soggetto e l'oggetto che consiste in un movimento positivo verso l'oggetto dell'interesse soggettivo. Chi è in istato di estroversione pensa sente e agisce riferendosi all'oggetto, e lo fa in un modo diretto e chiaramente percepibile all'esterno, che non lascia dubbi sulla positività del suo atteggiamento nei confronti dell'oggetto. Quindi, l'estroversione è, per così dire, un movimento verso l'esterno nel quale l'interesse del soggetto passa all'oggetto.” (p.339)

Secondo questa definizione quindi, l'estroverso è attirato prima di tutto dal mondo esterno, cioè dalle altre persone e dall'azione e dal fare. Essi traggono energia dai contesti sociali e dalle altre persone. Una persona estroversa è quindi sempre spinta a cercare negli altri la propria fonte di ispirazione ed energia, ad agire prima di pensare, più propensa ad intervenire in pubblico, a parlare e a intrattenere relazioni con quante più persone possibili.

Di contro, l'introversione, sempre secondo Jung, è definita come:

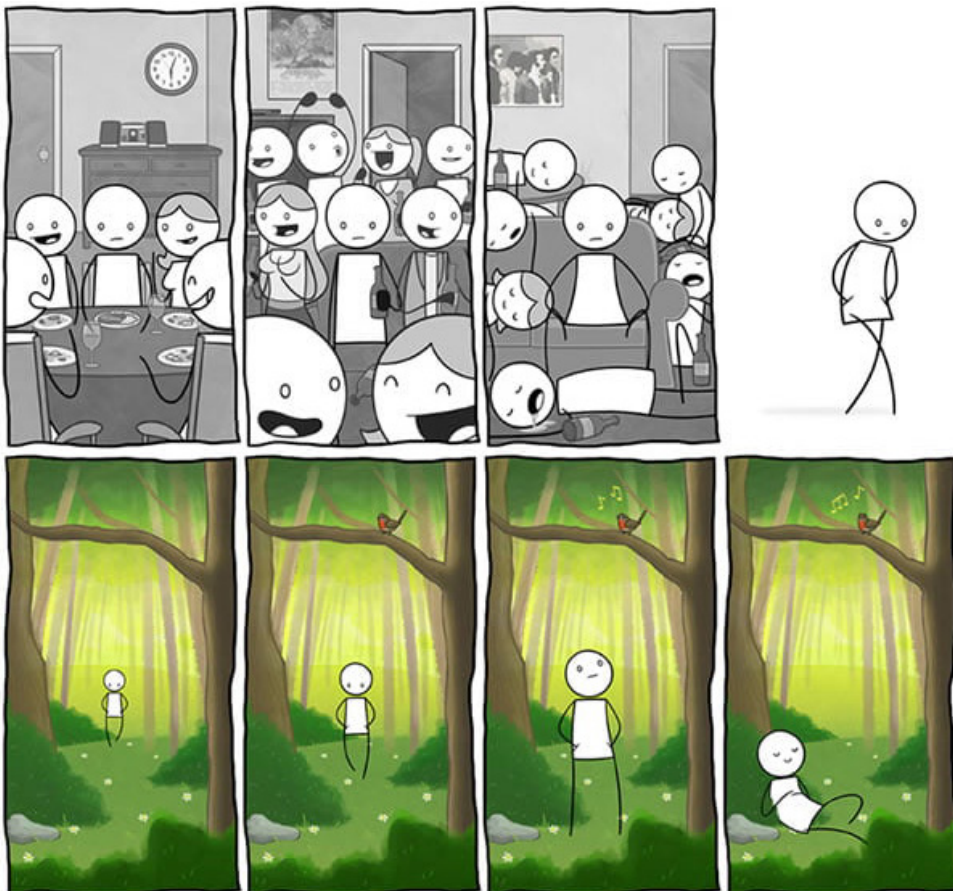
“movimento della libido verso l'interno, ed esprime un rapporto negativo fra il soggetto e l'oggetto. L'individuo introverso pensa sente e agisce in un modo inconfondibile, in un modo che non lascia dubbi sul fatto che in esso il soggetto è motivante e l'oggetto ha un ruolo secondario” (p.363)

Questa primissima definizione mette in evidenza come l'introverso quindi sia principalmente attratto dal mondo

interno, dal pensiero e dai sentimenti, traendo energia dallo stare da soli (Fig. 2.1). L'introverso quindi al contrario dell'estroverso preferirà contesti più solitari, di riflessione, con nessuna o poche persone, preferiranno ascoltare gli altri piuttosto che parlare, ed eviteranno i conflitti inutili.

Un aspetto importante da ricordare è che nonostante nel linguaggio comune di tutti i giorni la parola introverso è spesso associata al concetto di misantropia o di timidezza, questo non è necessariamente vero. La socialità è un bisogno necessario a tutti gli esseri umani, ma semplicemente le necessità sociali di un introverso sono radicalmente diverse da quelle di un estroverso. Allo stesso tempo l'associazione con la timidezza, può esserci, ma non sono due parametri interdipendenti. La timidezza è una condizione solitamente dolorosa, data

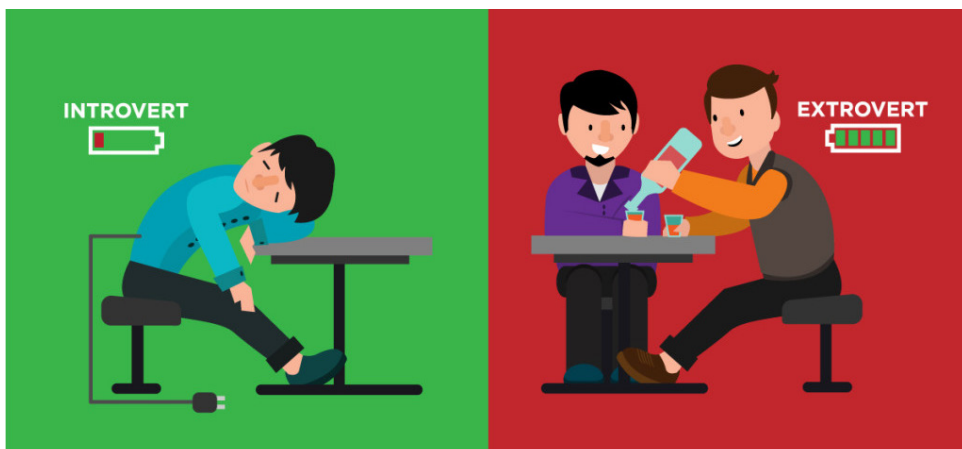
*Fig. 2.1
Fumetto che
rappresenta come
per un introverso
sia più rilassante
e gratificante del
tempo lontano dalle
feste, magari in
mezzo alla natura
©: Tom Fonder*



dalla paura del giudizio sociale altrui e dell'umiliazione, mentre l'introversione no. Molto spesso si ha una sovrapposizione dei due concetti perché entrambi si distaccano dai contesti sociali. I timidi per evitare situazioni che provocano loro ansia, e gli introversi molto spesso si ritrovano ad essere timidi perché la società ha dato loro il messaggio che il loro modo di fare riflessivo e pensieroso sia sbagliato rispetto alla società. La timidezza può colpire anche gli estroversi, e a degli occhi esterni un estroverso timido e un introverso sarebbero praticamente indistinguibili, ma agirebbero allo stesso modo per motivazioni molto diverse. Questo uso comune della parola introverso in termine dispregiativo è uno dei motivi di sconforto e di pressione sociale, come vedremo nel capitolo 2.5 dedicato alla peer pressure del gruppo.

Tornando alle definizioni, nonostante siano sempre leggermente diverse a seconda delle teorie, i punti su cui c'è una generale unanimità sono dati dai livelli di energia necessari ai due tipi e dal bisogno diverso di stimoli per vivere e "funzionare" al meglio, come si può vedere nella figura 2.2. Questi due concetti sono infatti basilari per comprendere i due tipi e verranno spiegati anche dal punto di vista biologico nel capitolo 2.3. I due concetti si basano sulle prime definizioni di Jung e tutt'ora, con opportuni aggiustamenti, rimangono validi, ad esempio, le teorie di Jung definivano i livelli di energia come psichici, ma oggi sappiamo che si tratta anche di livelli di energia fisica.

*Fig. 2.2
Vignetta che
raffigura come nella
stessa situazione
introversi ed
estroversi rispondano
in maniera diversa e
ne risentano i livelli
di energia
©: Riskology.com*



Introversi ed estroversi si comportano quindi diversamente in molte, se non tutte, le situazioni sociali, apportando comportamenti e meccanismi mentali del tutto diversi perché bisognosi di stimoli diversi. Nella vita di tutti i giorni però ci si trova ad affrontare situazioni a noi non congeniali che non possiamo evitare solo perché a noi scomode (Fig. 2.3). Per questo motivo tutti noi adottiamo delle strategie diverse e ci comportiamo diversamente a seconda delle situazioni. Il situazionismo in psicologia afferma non esiste un "io" di fondo, ma solo tanti "io" quante sono le situazioni in cui ci troviamo. Così come con il dibattito tra natura-ambiente nella creazione delle personalità, questa teoria va sfumata e legata al resto di conoscenze che oggi sappiamo.

Fig. 2.3
Fumetto che evidenzia come davanti a situazioni non congeniali al tipo introverso, esso abbia bisogno di più tempo per prepararsi e reagire
©: C. Cassandra

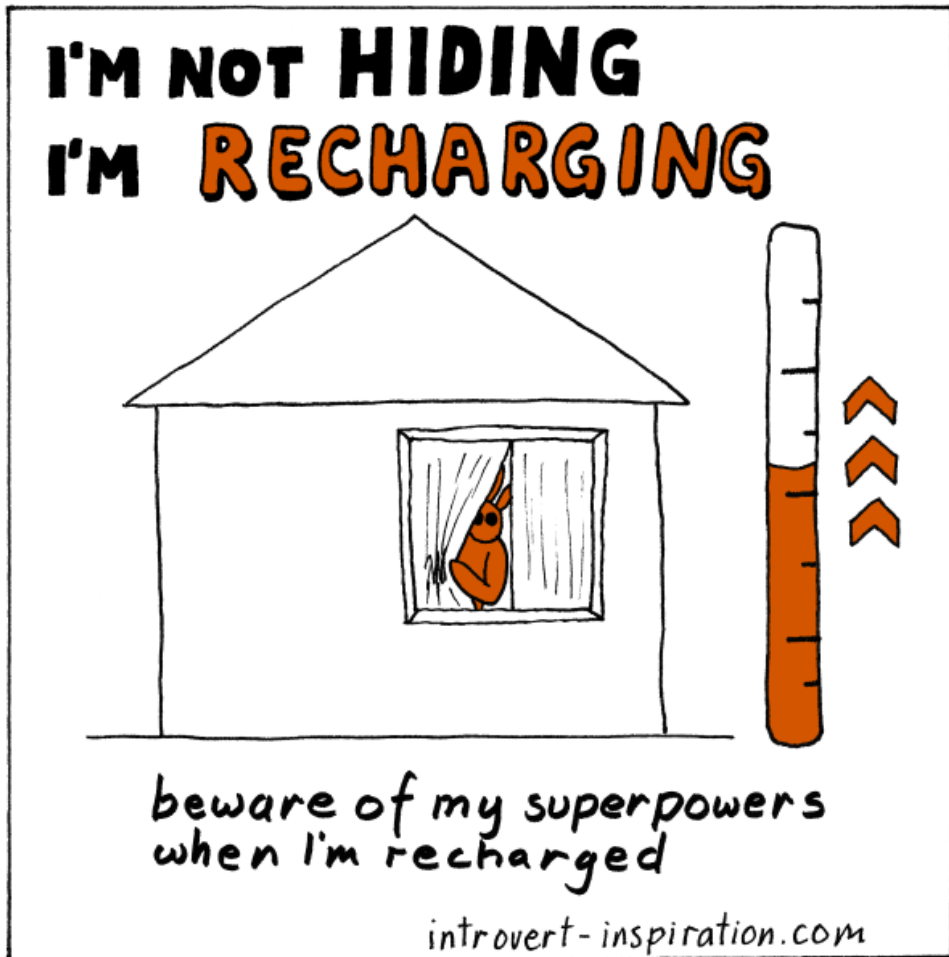


Tutti sono capaci, chi più chi meno, di indossare delle maschere sociali, Brian Little, studioso e oratore nell'ambito della psicologia motivazionale e della personalità, ha elaborato la "free trait theory" (1996), e anche se nasciamo con degli imperativi biologici, essi sono leggermente modificabili da quelli che lui chiama "core personal projects". In altre parole la sua teoria afferma che se siamo spinti da motivazioni profonde legate ai nostri interessi, siamo più propensi a modificare il nostro comportamento per raggiungere i nostri obiettivi considerati importanti. Tuttavia possiamo controllare questi tratti entro un certo limite, stabilito dal concetto di "behavioral leakage", in base al quale il nostro vero io trapela da gesti inconsci che non possiamo controllare. Gli individui con grandi capacità di modificare, temporaneamente, i propri tratti psicologici, possiedono un'elevata capacità di "self-monitoring" (Snyder, 1974), la tendenza a controllare il proprio comportamento espressivo in funzione all'accettabilità sociale (Dogana, 1999)

Questa strategia però può essere particolarmente stressante per chi non possiede elevate capacità di "auto-monitoraggio". Per questo motivo può portare a risultati eccellenti se impiegata con criterio, ma anche a risultati disastrosi se abusata, fino ad arrivare ad una completa negazione di sé. Per questo motivo Little afferma che è utile non rimanere in caratteristiche comportamentali che non sono nostre per troppo tempo, per non incappare in un aumento di stress, ansia e conseguenze sulla propria salute. Inoltre, reprimere le proprie emozioni tende a farle trapelare successivamente in modi non prevedibili a priori e col tempo si può cominciare a vedere il mondo sotto una luce pessimistica e incominciare a sviluppare sempre più pensieri negativi. Bisogna trovare un giusto compromesso tra i propri obiettivi e le proprie esigenze psicologiche e bilanciarle adeguatamente.

Little consiglia allora di costruirsi delle “nicchie rigeneranti” (2000), dei luoghi fisici o mentali, in cui essere se stessi e ricaricarsi (Fig 2.4). Questo consiglio vale sia per introversi che per estroversi, entrambi i tipi infatti possono aver bisogno di comportarsi in modi diversi dal proprio io principale, non necessariamente solo gli introversi. Sapendo che introversi e estroversi gestiscono i livelli di energia in modo diverso, le nicchie rigeneranti a loro necessarie saranno ovviamente molto diverse.

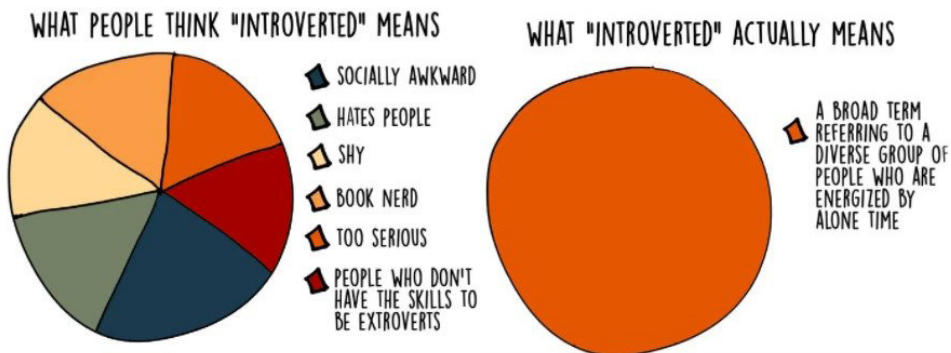
Fig. 2.4
Vignetta ironica sulla necessità del tipo introverso di ricaricarsi tramite del tempo da solo
©: introvert-
inspiration.com



Gli stereotipi principali su introversione e estroversione, come abbiamo brevemente accennato e come si può vedere nella figura 2.5, sono l'attribuire al primo un concetto antisociale ed al secondo un concetto prosociale. In realtà entrambi i tipi, in quanto esseri umani e animali sociali, sono socievoli per natura, ma in modo diverso. Gli introversi sono più lenti a socializzare, ma legano ad un livello più profondo, rispetto alle personalità estroverse. Gli introversi preferiscono persone conosciute in contesti amichevoli, gli estroversi persone incontrate in situazioni di competizione.

Le differenze di preferenze nei contesti, nella scelta delle relazioni e nell'esprimere le emozioni influenza in modo importante la visione che i due tipi hanno l'uno dell'altro. L'unica possibilità per capirsi è attuare un meccanismo di empatia sociale. Gli estroversi sono generalmente più bravi nel decifrare i segnali sociali durante un contesto in cui sono immersi, ma solamente perché sono più bravi nel multitasking e nel gestire contemporaneamente i numerosi stimoli, mentre l'introverso ha una grande capacità di analisi dei dettagli, ma solamente se non vi è coinvolto attivamente. Anche la più semplice interazione tra due individui infatti richiede lo svolgimento contemporaneo di numerosi compiti di valutazione, compito in cui l'introverso è generalmente più lento. Per questo motivo in grossi gruppi, gli introversi tenderanno a stare in disparte, sovraccaricati da stimoli ed informazioni, mentre in una conversazione a due saranno più a loro agio e concentrati, stabilendo un legame personale più profondo.

*Fig. 2.5
Due grafici
mostrano le ironiche
differenze tra ciò
che comunemente
si pensa
sull'introversione e
cosa realmente sia
©: Anna Borges*



La preferenza per determinati contesti sociali è un aspetto inatto e si ha fin dall'infanzia, per questo motivo l'ideale imperante dell'estroversione, affrontato nel capitolo 2.4, ha risvolti negativi su quei bambini che non si conformano ad esso, l'educazione nelle scuole di oggi li spinge ad essere estroversi contro loro natura, in un meccanismo definito "iatrogeno", una terapia che fa ammalare una persona a tutti gli effetti sana, per colpa della terapia stessa. È lo stesso principio di trattamenti che cercano di rendere eterosessuale una persona omosessuale, si provoca quindi solamente un inutile ed elevato grado di stress, senso di inadeguatezza e via dicendo, compromettendo il senso di identità della persona, e in questo caso, del bambino.

Nell'educazione, quindi, va tenuto conto di questi aspetti, cercando di adottare strumenti di educazione mirati per bambini estroversi e mirati per bambini introversi, trovando punti di incontro che stimolino entrambi, senza far sentire in colpa o fuori posto né l'uno né l'altro. Questo concetto andrebbe esteso all'intera struttura della società, ma durante l'età dell'educazione, la peer pressure, come vedremo nel capitolo 2.5 ha un ruolo chiave nello sviluppo della personalità e dell'identità.

Seppur possiamo imparare nel tempo a gestire alcuni nostri impulsi, e intervenire attraverso la finzione temporanea, l'estroversione e l'introversione hanno una componente genetica imprescindibile a cui non possiamo sottrarci, se non, come visto, per poco tempo.

"I'M GOING TO TRY TO MEET NEW PEOPLE,
LIKE FRIENDS OF MY FRIENDS"

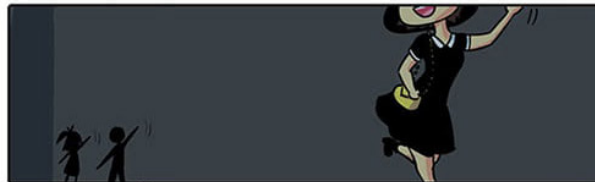


Fig. 2.6
Fumetto che mostra
come anche gli
introversi possono
divertirsi alle feste o
in occasioni sociali,
ma costi loro fatica
©: Lucia Rhoder

2.2 INTROVERSIONE E ESTROVERSIONE: DIFFERENZE BIOLOGICHE

Dalla prima definizione di Jung del 1921, sono state effettuate numerose ricerche, e, a prescindere dalle varie catalogazioni dei tratti psicologici, sono nate branche sempre più specifiche e con approcci diversi della psicologia. Le più moderne teorie della psicologia infatti sono d'accordo nell'affermare che tutto quello che definisce il carattere di un individuo sia una combinazione di cause ambientali, sociali, genetiche e biologiche.

Le cause che portano quindi a sviluppare un comportamento estroverso o introverso quindi sono numerose e vaste, e spesso difficilmente misurabili. Il primo metodo, allora, per arrivare ad avere delle risposte quantificabili si basa sulla sperimentazione scientifica e sulla misurazione delle risposte, indagando solo successivamente sulle cause ambientali e sociali che portano un individuo a sviluppare un determinato tipo di personalità.

Jerome Kagan, professore e ricercatore alla Harvard University, in un suo lungo esperimento iniziato nel 1994 afferma che i neonati, e crescendo quindi le persone, possono essere suddivisi in individui ad *alta reattività* ed individui a *bassa reattività*. I neonati che nell'esperimento rientrano nel gruppo ad alta reattività, cui corrisponde un'elevata reazione dell'amigdala nel cervello, saranno coloro che molto probabilmente in futuro diventeranno introversi, viceversa per gli individui considerati a bassa reattività. In questi esperimenti non c'era nessun elemento di interazione sociale, sfatando di fatto che:

“Gli estroversi abbiano un comportamento “prosociale”, ossia generalmente altruistico, mentre gli introversi sono disprezzati come misantropi” (Cain, 2012, p.138)

Quella dei bambini era una risposta del sistema nervoso ad uno stimolo, legata semplicemente a capacità di osservazione e reazioni di paura. I risultati dell'esperimento potrebbero sembrare controintuitivi, in quanto potrebbe risultare strano associare una elevata reattività ad un comportamento introverso, ma di contro, esso rappresenta una elevata risposta agli stimoli, anche

minimi, risultando appunto in una ricerca minore di essi nella vita adulta, e al contrario, il gruppo di estroversi, ne cercherà di sempre maggiori, dovendo sopperire alla loro cosiddetta bassa reattività.

Altri successivi studi sulla personalità hanno rilevato come il tratto distintivo di introversione ed estroversione, così come altri tratti del carattere, sia ereditario, e per la precisione in una percentuale del 40/50%. L'idea di un temperamento innato e non influenzato da fattori ambientali esterni, come affermato da Kagan, era un pensiero, negli anni del secondo dopoguerra, assolutamente antidemocratico, un approccio deterministico che minava nel profondo il concetto di libero arbitrio. Le sue ricerche però confermarono, almeno in parte, questo concetto.

Fig. 2.7
Disegno umoristico
che mostra i diversi
pensieri all'interno
del cervello di un
introverso alle feste
©: Jen Lewis



Attraverso il passare del tempo e con l'evolversi delle ricerche, oggi sappiamo che né il fattore ambientale, né l'ereditarietà sono fattori univoci, ma sono aspetti che lavorano insieme nella creazione della personalità di ogni individuo. Ulteriori studi rivelano importanti correlazioni tra alcuni geni, come quello del "trasportatore della serotonina" SERT, ed i livelli di ansia e di performance cognitive, come descritto da David Dobbs nel suo articolo del 2009. L'ansia quindi non sarebbe un fattore unicamente alimentato dall'ambiente e dalla situazione sociale, ma sostenuto anche dalla nostra stessa biologia.

Carl Schwartz, anch'egli professore alla Harvard University, continuò gli studi iniziati da Kagan (2006/2010), sugli stessi soggetti cresciuti, e con l'utilizzo di nuove tecnologie di neuroimaging, trovando numerose conferme che la base biologica svolgeva un ruolo molto importante anche dopo la crescita, ma che potevamo incidere sulla nostra personalità, entro però certi limiti. Queste teorie trovano conferma nell'attività sinergica che hanno amigdala e neocorteccia. Quest'ultima sembra infatti inibire le paure e gli istinti generati dall'amigdala, ed è una parte di cervello che può essere "allenata" attraverso gli stessi esercizi di desensibilizzazione che si usano quando si trattano delle fobie.

Fig. 2.8
Schema
rappresentativo del
differente processo
mentale di introversi
ed estroversi
©: Liz Foslien

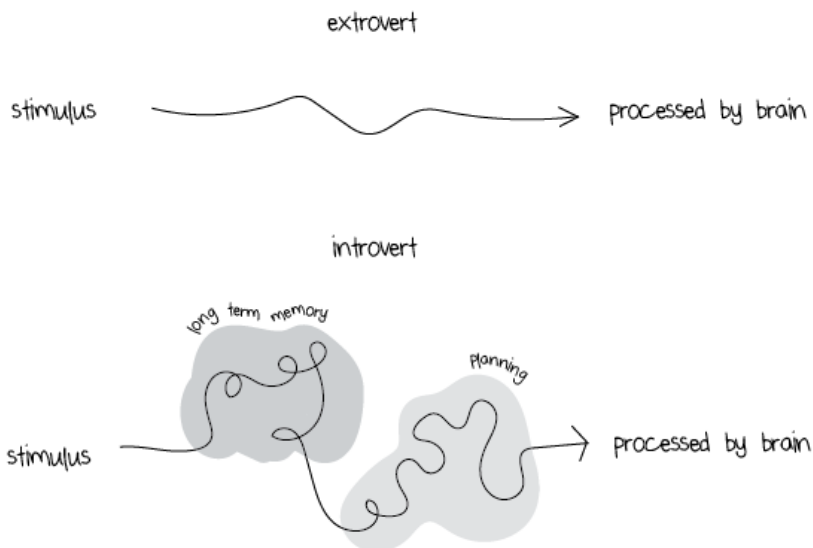
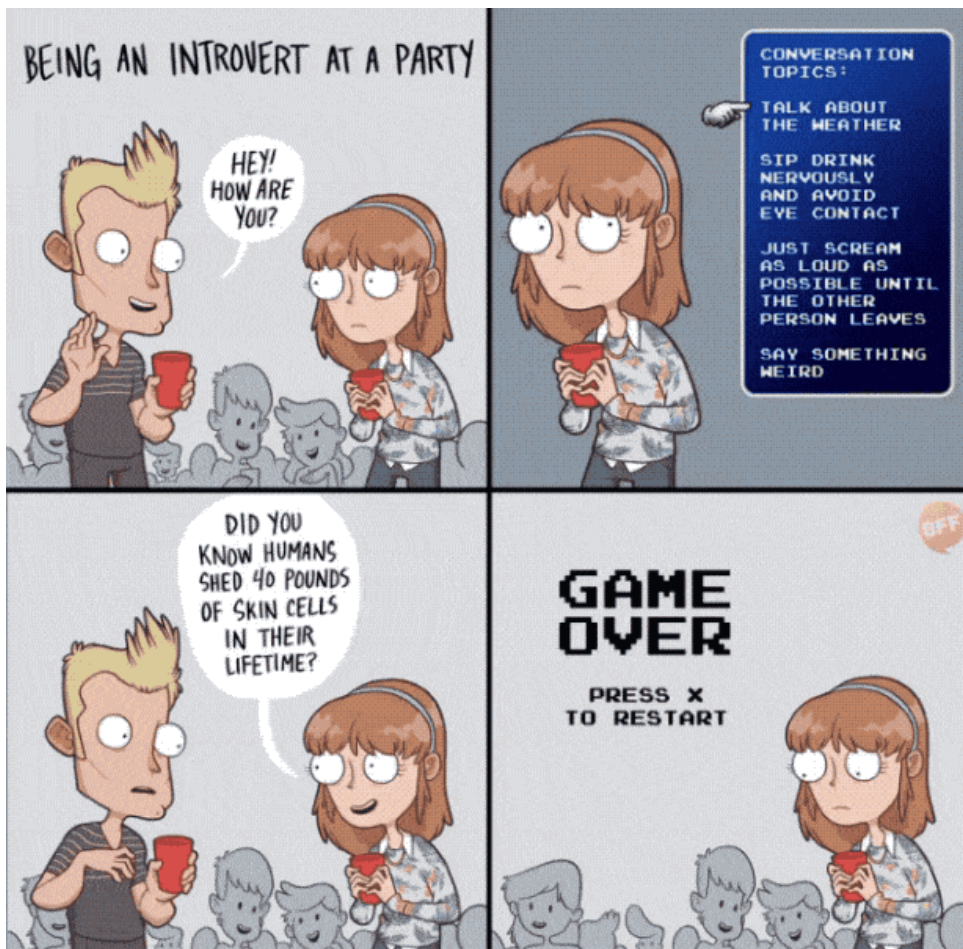


Fig. 2.9
Vignetta ironica che mostra la "terribile" decisione di cosa dire in momenti sociali dal punto di vista di un introverso
©: Adam Ellis

Elaine Aron (1997), studiosa di psicologia, riprende anch'essa gli studi di Kagan, ma da un punto di vista teorico, più che sperimentale. Aron dà il nome di "sensibilità" a quella che Kagan definiva "alta reattività" (e quindi di conseguenza introversione). Secondo la sua classificazione, la "sensibilità" può essere suddivisa in 27 attributi, i quali non devono necessariamente comparire tutti contemporaneamente per definire una persona "sensibile". Nelle sue ricerche, Aron, ha trovato riscontro sul fatto che le persone da lei considerate "sensibili" elaboravano gli stimoli ad un livello più profondo, rispetto a quelle meno sensibili, riflettendo più a lungo, denotando un metodo di pensiero molto più complesso (Fig. 2.8 e Fig. 2.9) e una maggiore presenza di empatia e coscienza.



Quello che è definito come coscienza è strettamente correlata alle persone sensibili e a concetti quali il senso di colpa ed il rimorso. Le persone sensibili provano più senso di colpa verso azioni ritenute negative nel contesto sociale in cui ci si trova, come si può vedere nel capitolo 2.1, ed è un tratto fondamentale per favorire relazioni armoniche e prosociali. Questi attributi insieme all'empatia, sono fortemente in calo rispetto al passato, (Cain 2012, p.185) molto probabilmente a causa della diffusione dei social network e di una iper-competitività nella società.

De Pascalis (2004) nel suo saggio di ricerca sulla psicofisiologia fa notare come gli introversi altamente reattivi sudino di più in risposta agli stimoli, rispetto agli estroversi poco reattivi, giustificando il comune modo di dire di una persona "fredda", imperturbabile agli eventi. Il sudore e il rossore dell'imbarazzo possono sembrare negativi, ma secondo lo studio, questo imbarazzo e rossore che si provano in determinati momenti è una sorta di collante sociale, in quanto dimostrerebbe visibilmente che si tiene alla circostanza e si è dispiaciuti dell'errore fatto, legandoci l'un l'altro attraverso l'empatia.

Nel campo evolutivistico ci si chiede come mai questo carattere introverso, attento e riflessivo sia sopravvissuto negli esseri umani, così come in molte altre specie animali. Secondo Daniel Nettle, professore all'università di Newcastle in scienze comportamentali, nel suo saggio (2006), la teoria più probabile è di fatto che introversione ed estroversione sono due strategie di sopravvivenza molto diverse e con risvolti positivi o negativi che variano a seconda della situazione. Quindi da un punto di vista evolutivo, non ha senso eliminare del tutto un tratto o l'altro e, secondo il principio del trade-off, a seconda del contesto e delle situazioni si svilupperà più un tratto o un altro.

Un'ennesima differenza biologica tra introversi ed estroversi, stando ad alcune ricerche del neurobiologo Richard Depue (1999) si trova nel meccanismo della "sensibilità alla ricompensa". Quando perseguiamo qualcosa che ci dà piacere, che ci piace o ci dà soddisfazione, la parte del nostro cervello legata dal pensiero razionale, stimola la produzione di dopamina

nel corpo, con effetti euforizzanti. La sede del pensiero razionale, la neocorteccia, dovrebbe svolgere un ruolo di inibitore del sistema limbico, la parte più legata ai sentimenti, limitando le risposte inconse e gli eccessi di istintività. Secondo Nettle (2007) però gli estroversi sarebbero più sensibili all'effetto dopaminico e quindi più propensi ad ignorare i segnali razionali di pericolo della neocorteccia. Al contrario, gli introversi sembrano subire meno gli effetti della dopamina sul cervello, sperimentando emozioni minori e minore euforia, come semplificato dalla figura 2.10, ma con il vantaggio di saper giudicare meglio le situazioni e saper gestire il bilancio rischio-ricompensa. Gli introversi e gli estroversi hanno le stesse capacità di giudizio, ma solo se i secondi vengono in qualche modo costretti a riflettere sull'accaduto. Sull'errore infatti, gli estroversi tendono ad accelerare, senza imparare dall'accaduto, mentre al contrario gli introversi si fermano ad analizzare la situazione, non accecati dal bisogno di un'altra immediata ricompensa, e quindi più attenti a non ricommettere gli stessi errori.

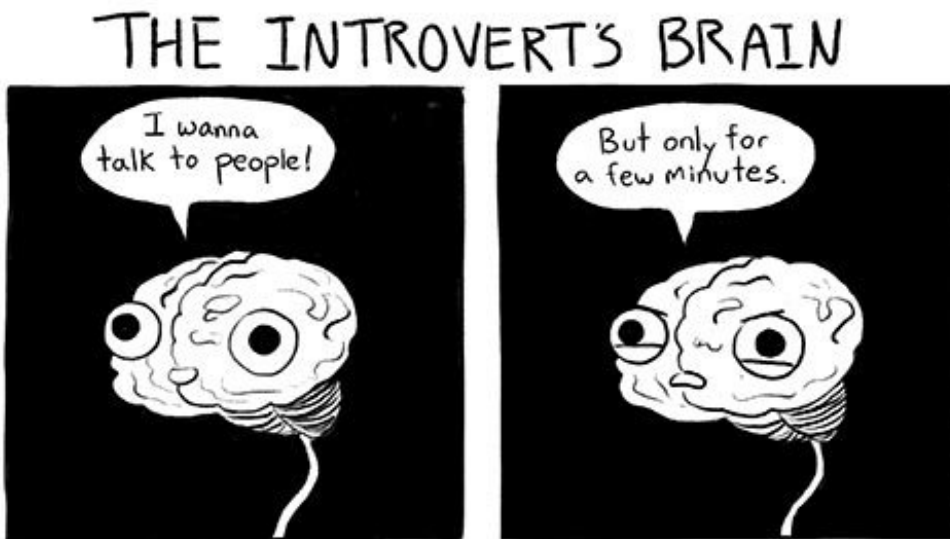
*Fig. 2.10
Disegno che
rappresenta la
diversa sensibilità
alla ricompensa e la
fredezza di reazione
ad uno stimolo
©: Liz Fosslien*



a loro, e che estroversi e introversi hanno a tutti gli effetti biologicamente un bisogno di stimoli diverso per “funzionare” adeguatamente, e che difficilmente, quindi, cercheranno situazioni a loro scomode. Lo psicologo Csikszentmihalyi, definisce come “flow”, “flusso”, questa ricerca e stato ottimale, in cui non ci si sente né in ansia né annoiati, e ci si dedica ad un’attività per il puro gusto di farlo, senza ricercare ricompense esterne, ma autoricompensandoci. Questo concetto è fondamentale per poter parlare di gioco, come vedremo del capitolo 3.3.

Le differenze biologiche che abbiamo appena visto, sono numerose, e a volte non del tutto chiare. Studiare il cervello umano è da sempre un processo molto lungo e difficile, ma con le continue ricerche e innovazioni tecnologiche possiamo stabilire con un buon grado di certezza che i tratti di introversione ed estroversione non sono comportamenti del tutto acquisiti, ma sono invece caratteri fortemente influenzati dalla nostra biologia e dal nostro DNA.

Fig. 2.11
Fumetto comico di un cervello di introverso, con un bisogno di socialità interattiva, ma di breve durata
©: Sarah Anderson



2.3 L'IDEALE DI ESTROVERSIONE NEL MONDO OCCIDENTALE

La nostra società attuale è improntata principalmente su un ideale di estroversione che non sempre è stato lo stesso. Per poter comprendere meglio la situazione attuale, bisogna prima di tutto capire come ha avuto origine un cambiamento di visione della società per preferire l'orientamento estroverso, piuttosto che quello introverso.

L'ideale di estroversione come carattere dominante e preferibile, si è cominciato ad imporre solo verso il primo inizio del '900, cominciando come un processo culturale in cui si passò dalla "cultura del carattere", dove l'ideale di se stessi riguardava l'onore e la disciplina e i comportamenti privati, ad una "cultura della personalità", in cui prevale soprattutto l'immagine di se stessi che si dà e che si mostra agli altri all'esterno. Questa imposizione culturale arrivò principalmente dagli USA, in cui il boom industriale di inizio secolo urbanizzò fortemente la popolazione, cambiandone il contesto in cui viveva ed operava e, di conseguenza, le norme sociali a cui le persone dovevano sottostare, a questo proposito Susan Cain, psicologa e ricercatrice americana:

"Il boom industriale costituisce uno dei motori principali di questa evoluzione culturale. Il paese si sviluppa rapidamente, trasformandosi da società rurale fatta di piccole case nella prateria in superpotenza urbanizzata [...] Fino ad allora, la maggior parte degli americani ha vissuto [...] in fattorie isolate o in piccole cittadine, interagendo con persone che ognuno conosceva fin dall'infanzia, ma con l'arrivo del Novecento [...] gli americani si ritrovano a lavorare non più con i vicini di casa, ma al fianco di estranei. I cittadini si trasformano in impiegati, dovendo risolvere il problema di come fare una buona impressione su individui con i quali non hanno alcun legame sociale o familiare." (Cain 2012, p.36)

Nella nuove e grandi città quindi, non ci si può più affidare a relazioni sociali passate, e ci ritrova a dover dare un'impressione chiara ed immediata di chi si è e a dover fare una buona prima impressione.

La manualistica di autoaiuto dell'epoca è un chiaro esempio della trasformazione culturale che si attuò, si passò infatti da numerose pubblicazioni di fine '800 e inizio '900 che riguardavano l'etichetta sociale e le buone maniere e le virtù, esaltando le qualità di carattere, alle pubblicazioni di ventanni dopo, in cui si puntava alla simpatia esteriore, a cosa dire e come e quando dirlo. Uno dei principali promotori di questo cambiamento fu Dale Carnegie, insegnante e scrittore, che proprio in quegli anni, si trovò a creare ed inventare libri e corsi per lo sviluppo personale e il miglioramento della propria persona, dando il via ad un'influenza che dura tutt'oggi.

Negli stessi anni anche il mercato cominciò a trasmettere lo stesso messaggio, così le pubblicità si fecero promotrici degli stessi ideali, ammiccando all'esteriorità ed al primo impatto, e lasciando intendere che timidezza e introversione, non avrebbero portato da nessuna parte nel mondo del lavoro e nella società. Lo stesso Jung nel 1921 si ritrovò a notare come l'introversione fosse caduta in uno stato di denigrazione, in cui un tale "comportamento non può che ingenerare pregiudizi nei loro confronti".

Gli psicologi iniziarono pochi anni più tardi, per la prima volta, a parlare di "complesso di inferiorità", ma la sua

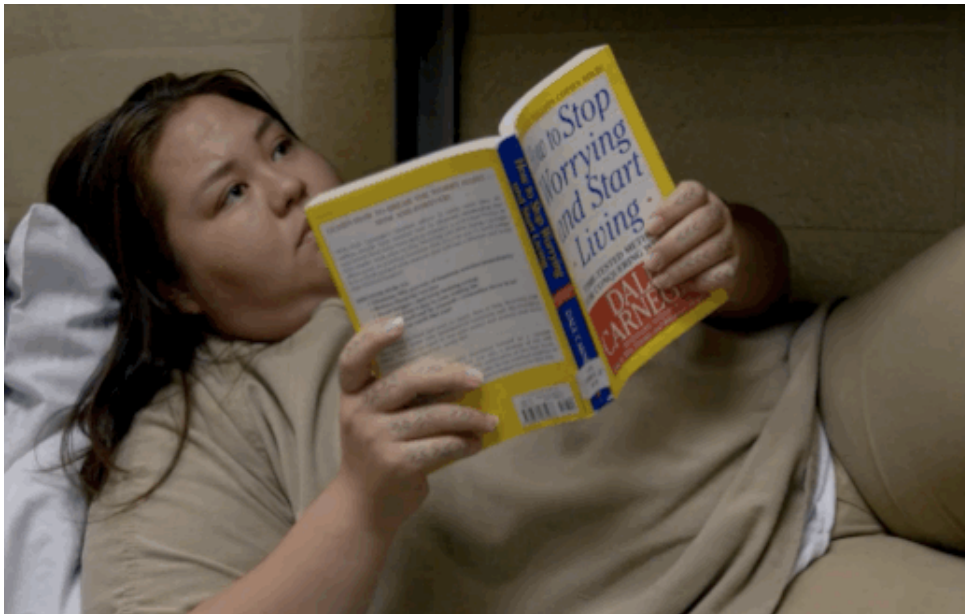
Fig. 2.12
Fotogramma del
telefilm *Orange
Is The New Black*
in cui una delle
protagoniste legge
un libro di Dale
Carnegie
©: Netflix



definizione era ancora talmente vaga ed ampia che si tradusse in una giustificazione universale per qualsiasi tipo di ansia sociale, ed in un nemico terribile per ogni persona. Per contrastare questa possibile e futura ansia, si iniziò ad educare fin da piccoli i bambini, a renderli socievoli e a fargli acquisire una personalità vincente, sia nelle scuole che nella psicopedagogia. La timidezza e la pacatezza di spirito diventarono un male ed un ostacolo al successo personale di un individuo, gli introversi cominciarono a venir visti come persone problematiche e si fece di tutto per eliminare “le tendenze all’introversione e altre anomalie suburbane” (Whyte, 1956, p.479) in ogni ambiente scolastico. L’ideale americano cominciò a premiare l’estroversione anche nelle università, premiando la mediocrità di rendimento scolastico sostenuta però da un’ampio bagaglio di attività extrascolastiche, senza nessuna prospettiva per l’introverso brillante.

Fig. 2.13
Altro fotogramma
del telefilm *Orange*
Is The New Black
in cui una delle
protagoniste legge
un altro libro di *Dale*
Carnegie
©: Netflix

L’ideale di estroversione non è però, oggi, ugualmente importante nel mondo. Nella cultura asiatica, essa è esattamente l’opposto, con un’infinità di sfumature nel territorio che va dall’Europa all’Asia. Questa differenza nasce principalmente dalla diversità dell’insegnamento, dall’educazione e dei valori culturali più profondi.



L'introversione è un carattere molto spesso ammirato e rispettato, a differenza di chi alza la voce, in un contesto in cui la maggior parte delle volte parlare è visto quasi in maniera negativa:

“Gli occidentali enfatizzano la socievolezza e danno grande importanza agli attributi che rendono semplici e gioiosi i rapporti interpersonali. Gli orientali enfatizzano invece attributi più profondi, concentrandosi sui conseguimenti e sulle virtù morali.” (Michael Harris Bond, in Cain 2012 p.243)

Il principale motivo di questa differenza risiede principalmente per il rispetto diffuso dell'istruzione e a pari modo anche dalla forte identità di gruppo. La coesione di gruppo e l'appartenenza al gruppo è un importante elemento nella vita di ogni individuo, ma il concetto è molto più complesso di quanto si possa pensare, come si può vedere nel capitolo 2.5. Il lavoro asiatico è improntato al gruppo, ma inteso diversamente dall'occidente, significa fare parte di qualcosa di più grande. La cultura occidentale al contrario è fondata attorno all'individualità stessa delle persone. Per questo motivo occidente e oriente danno valore ad un insieme differente di caratteristiche della personalità, individualismo contro coesione del gruppo di appartenenza.

Stando ad alcune ricerche di Susan Cain (2012), effettuate su sino-americani di seconda generazione su territorio americano hanno mostrato come la sensazione diffusa sia quella che la meritocrazia dopo il periodo scolastico, smetta di esistere, sostituito da una pesante valutazione caratteriale negativa sul posto di lavoro, un aspetto in contrasto con la cultura tramandatagli dai propri genitori. Nelle culture asiatiche infatti la predominanza è quella di un atteggiamento definito “soft power”, una leadership molto più pacata rispetto a quella classica occidentale, basata principalmente sul convincimento e sulla persuasione, piuttosto che sulla pressione. Un esempio illustre di questo concetto di “soft power” o di “perseveranza silenziosa” è dato dalla vita di Gandhi, che con il suo atteggiamento di “resistenza passiva” (che lui rinominerà “fermezza della verità”) si concentrava sull'obiettivo, senza perdere tempo e soprattutto energie in battaglie inutili al suo scopo.

2.4 LA SITUAZIONE ODIERNA

Questo ideale contemporaneo di estroversione è uno dei motivi per cui mi sono interessato a questo argomento, e motivo per il quale la cosiddetta ansia sociale e disturbi legati all'argomento sono sempre più in aumento. Come abbiamo appena visto, il cambiamento della struttura della società e del mondo del lavoro ci ha portati alla situazione in cui siamo adesso, in cui l'estroversione riveste un ruolo chiave e fondamentale.

L'ideale di estroversione come carattere di un individuo "perfetto" nel mondo occidentale, secondo Cain (2012), è una delle cause delle sempre più dilaganti ansie sociali, motivate dal fatto che ogni persona si ritrova a fare i conti con uno standard troppo elevato di interazione sociale e di esteriorità, modello diventato imperante con la diffusione di internet e ostentato all'estremo coi social network al giorno d'oggi.

Si è venuta a creare così una cultura della personalità, che nasce come risposta opportunistica ad una società anonima e competitiva. Mai come ora tendiamo a pensare che essere estroversi ci aiuti nel lavoro ed ad essere persone migliori. Le persone si impegnano ad apparire estroverse anche quando non lo sono, perché questo è l'ideale nel mondo di lavoro, qualsiasi sia il settore a cui si fa riferimento. Le dinamiche emerse durante esperimenti di gruppo lasciano trasparire che è sempre la persona più estroversa a vincere con la propria idea, anche se quest'ultima non è valida, perché percepiamo le persone loquaci come intelligenti, nonostante non ci sia alcuna correlazione tra le due cose. Tendiamo a seguire, quasi istintivamente, le persone che si fanno sentire e che prendono l'iniziativa qualsiasi essa sia.

Nonostante questo, però, il mondo è costellato di personalità e di leader introversi di enorme successo (ad esempio Bill Gates, Al Gore o Gandhi, per citarne alcuni). Secondo alcune ricerche condotte da Adam Grant, Francesca Gino e David A. Hofmann (2010) il successo di un'azienda non dipende dall'introversione o estroversione del leader, ma dai sottoposti a questi leader. I leader estroversi avranno maggior successo guidando gruppi passivi, che seguono i comandi e sono assertivi, mentre gli introversi avranno maggiore successo guidando gruppi

propositivi, poiché saranno più disposti e propensi ad accettare e mettere in pratica i consigli dei sottoposti, generando un circolo vizioso di proattività.

Per quanto riguarda il flusso di idee infatti, la solitudine favorisce la creatività (Fig. 2.13), e l'introversione: "concentra la mente sul compito da svolgere, impedendo la dispersione delle energie in dinamiche estranee legate alla socialità o alla sessualità", come diceva lo psicologo Eysenck (1995). Secondo queste affermazioni sullo sviluppo della creatività, la società si sta muovendo, allora, in una direzione diametralmente opposta, progettando e ridisegnando gli uffici eliminando la privacy, con open-space e ampie postazioni di lavoro collettive, puntando quasi unicamente sul lavoro di gruppo, convinta che la produzione intellettuale sia frutto di un ambiente scolastico e di lavoro improntato sulla socialità. Il lavoro di gruppo è esaltato in ogni settore e con ogni mezzo, anche attraverso l'uso di internet. Progetti di successo

Fig. 2.14
Striscia fumettistica che evidenzia le due facce del mondo estroverso e introverso, e come la creatività sia legata principalmente al lato introverso
©: Marzi

EXTROVERTS MIGHT RULE THE WORLD...



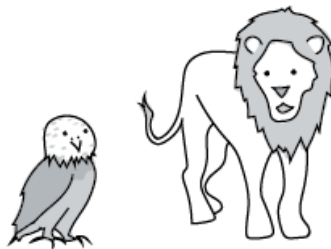
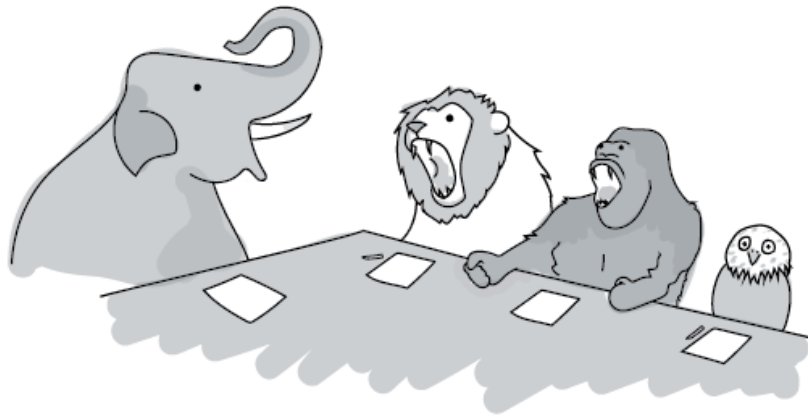
BUT INTROVERTS CREATE WORLDS!



come Wikipedia, danno l'idea di quanto si può compiere attraverso il lavoro di gruppo, ma spesso non si tiene conto che attività in rete del genere sono sì un'attività di gruppo, ma che si sviluppano in un contesto privato e solitario, lontano dal lavoro di gruppo classico.

Secondo alcune ricerche del 1963 di Marvin Dunette, figura chiave nello studio della psicologia organizzativa, gli open space riducono la produttività, aumentano lo stress e rendono le persone poco motivate e altamente insicure. Lo spazio personale risulta infatti essenziale, così come la libertà dal giudizio altrui, come quella che può venire a mancare durante una riunione (Fig. 2.14). Le performance infatti si rivelano essere inversamente proporzionali alla grandezza del gruppo, più il gruppo è grande, meno esso sarà efficiente.

*Fig. 2.15
Vignetta che mostra
la percezione
sbagliata di un
comportamento
silenzioso all'interno
di riunioni di lavoro
©: Liz Fosslien*



you were so quiet in the meeting, is everything okay?

La spiegazione risiede in tre motivazioni principali:

- Il social loafing: un individuo viene indotto a oziare mentre altri eseguono il compito, giustificandosi col fatto che qualcun altro eseguirà il compito assegnato.
- Il blocco di produzione: una sola idea può essere esposta contemporaneamente al gruppo e una sola idea può essere analizzata e presa in carico.
- La paura di fare brutte figure: la paura di esporci davanti al gruppo insicuri della nostra idea e di sentirci giudicati dagli altri.

La cosiddetta “peer pressure”, la pressione dei pari esercitata dal gruppo, infatti, oltre ad essere spiacevole, altera inconsciamente il nostro punto di vista su un determinato problema. Secondo quanto emerso in una ricerca svoltasi tra il 1951 e il 1956 dello psicologo Solomon Asch, e successivamente confermata nel 2005 del professor Gregory Berns attraverso tecniche di neuroimaging, la peer pressure all’interno di un gruppo altererebbe la percezione e le capacità di giudizio nello stesso modo di alcune sostanze stupefacenti.

La peer pressure è quindi un potente meccanismo sociale che può alterare inconsciamente le decisioni prese dai singoli individui all’interno di un gruppo, che sia di lavoro o meno. Per questo motivo, ai fini di questa tesi, per capire meglio l’effetto che una società estroversa può fare verso la minoranza introversa, si è deciso di analizzare brevemente cosa sia e che effetti ha sul gruppo e la peer pressure.

2.5 GRUPPO DI APPARTENENZA E PEER PRESSURE

Per spiegare la pressione sociale dei pari, o “peer pressure”, che viene esercitata sugli introversi, occorre prima di tutto fare un passo indietro, e analizzare quello che si definisce gruppo di appartenenza, senza il quale, la pressione sociale, non potrebbe esistere.

La definizione di gruppo è oggetto di varie discussioni, e ogni teorico ne propone una propria interpretazione personale. La definizione che abbraccia un più ampio spettro di possibilità, prendendo in considerazione anche grandi gruppi, come quelli etnici, sociali e quelli di nazionalità, è data dalla teoria dell'auto-categorizzazione dello psicologo John Charles Turner nel 1982. In questa teoria (Turner, Reynolds, 2012) viene considerato “gruppo” qualsiasi insieme di due o più individui che si considerano autonomamente parte della medesima categoria sociale perché le loro differenze interne percepite, sono minori, o comunque più trascurabili, rispetto alle differenze con altri individui esterni al gruppo.

Gli psicologi DeLamater, Myers e Collett (2015, pp. 440/441) descrivono anche loro il gruppo come un insieme di due o più persone, con l'aggiunta di una più rigida catalogazione, attraverso quattro passi fondamentali:

- 1- **Appartenenza:** Per essere parte di un gruppo la persona deve identificarsi come appartenente al gruppo e deve essere riconosciuta a sua volta dagli altri membri come appartenente al gruppo stesso
- 2- **Interazione tra i membri:** I membri del gruppo devono interagire, comunicare e influenzarsi a vicenda, sia di persona, online, o attraverso qualsiasi medium.
- 3- **Obiettivo condiviso:** I membri del gruppo devono avere un obiettivo o un fine che sia lo stesso. Essi sono interdipendenti tra loro verso il conseguimento dell'obiettivo. Ogni avanzamento personale di un membro verso l'obiettivo, agevola di conseguenza un altro membro al raggiungimento dell'obiettivo.

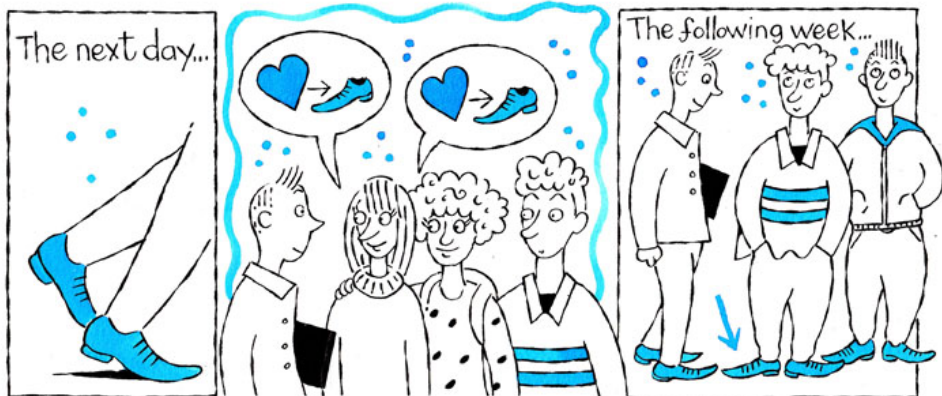
- 4- Norme condivise: I membri di un gruppo condividono una serie di aspettative (definite come norme di gruppo o regole) che limita i comportamenti degli altri membri del gruppo.

A questa chiara descrizione, si aggiunge una piccola modifica apportata dal professore di psicologia Rupert Brown (2005, p.17). Egli aggiunge alla descrizione il fatto che la riconoscibilità del gruppo deve essere fatta da un punto di vista esterno, non facente parte del gruppo stesso, quale ultimo elemento di caratterizzazione.

Questa definizione è la più rappresentativa di quello che un gruppo realmente è. Non cioè un semplice raggruppamento di persone, ma un insieme definito di persone relazionate tra loro, attraverso legami, interazioni e obiettivi comuni, influenzabili a vicenda.

La definizione di gruppo però non è esclusiva, cioè quindi una persona non appartiene quasi mai esclusivamente a un unico gruppo. Questo vuol dire che una persona può appartenere per affinità a un ipotetico gruppo di introversi o di estroversi, ma contemporaneamente appartenere anche, e doversi rapportare, al gruppo sociale di riferimento, ad uno di amici, ai famigliari, ai colleghi e così via. Di conseguenza, le pressioni sociali a cui una persona deve sottostare, sono numerose e di diversa origine.

Fig. 2.16
Vignetta che mostra come la peer pressure possa influenzare l'opinione altrui
©: Sally Kindberg



2.6 PEER PRESSURE

E OMOLOGAZIONE AL GRUPPO

La peer pressure come abbiamo visto svolge un importantissimo ruolo nella vita di tutti i giorni e ancor di più essa incide, come sappiamo insieme a molti altri fattori, nello sviluppo dell'identità personale.

Oltre ad una base biologica di partenza, l'identità viene influenzata dall'ambiente e dalla società in cui una persona cresce e si sviluppa. Il gruppo di appartenenza svolge quindi un importante ruolo nella formazione identitaria. Secondo Turner (1982) infatti il concetto di identità è formato da due fattori: l'identità personale e l'identità sociale. La prima è l'idea che si ha di sé sulla base delle proprie caratteristiche, mentre la seconda è l'idea che si ha di sé attraverso l'appartenenza ad un determinato gruppo. Decidere, consciamente o inconsciamente, di appartenere ad un gruppo influenza quindi le azioni che un individuo fa o che gli sono permesse di fare, diventando di fatto parte integrante della propria identità personale.

Auto-categorizzandosi appartenenti ad un gruppo, la persona indossa delle maschere sociali adatte a dare un'immagine di sé adeguata al gruppo a cui si vuole fare riferimento, influenzando l'opinione altrui. DeLamater, Myers e Collett (2015, p 149) descrivono questi meccanismi di influenza con il termine "Tactical Impression Management":

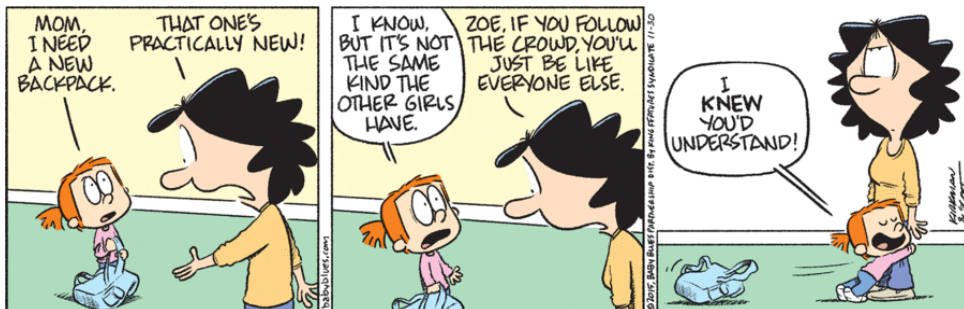
- Controllo dell'apparenza, tramite vestiario, beni o usi e costumi adatti al gruppo e all'immagine che si vuole dare di sé
- Cambio e influenza dell'opinione degli altri attraverso una presentazione parziale o selezionata delle proprie caratteristiche e capacità e un'uniformazione delle proprie opinioni a quelle del gruppo
- Imposizione di ruoli o identità mentali agli altri, in modo che si uniformino al proprio ruolo scelto
- Giustificazione dei propri comportamenti non in linea con l'immagine che si vuole dare di sé, attraverso motivazioni o un allontanamento immediato dall'azione in questione tramite azioni successive in linea col patto sociale del gruppo.

In questo modo le persone assumono quindi determinati comportamenti, solo per rivendicare la propria appartenenza ad un gruppo. A questo scopo possono decidere di vestirsi in un determinato modo, o comprare oggetti che rappresentino un determinato livello sociale a cui si vuole appartenere.

Tutti questi comportamenti dimostrano quindi come il gruppo influenzi l'atteggiamento e le azioni che una persona fa per omologarsi al gruppo e farsi accettare da esso, come rappresentato in figura 2.16. I social network oggi, ad esempio, svolgono un importante ruolo nelle dinamiche dei gruppi, in quanto vetrina per evidenziare un determinato atteggiamento favorito o sfavorito ad un ruolo che si vuole assumere all'interno di un gruppo. In una società in cui l'ostentazione e il bisogno di piacere si fanno sempre più pressanti, sull'onda della prima impressione positiva, come visto nei capitoli 2.4 e 2.5, è facile capire come l'essere esclusi da uno specifico gruppo possa avere ripercussioni negative sulla persona.

La peer pressure è allora l'influenza che una persona, o un gruppo, esercita su un'altra persona al fine di modificare il pensiero di questa persona o farle eseguire azioni lontane dai suoi comportamenti abituali. Quest'influenza è esercitata tramite persuasione, minacce o promesse. (DeLamater, Myers e Collett 2015).

Fig. 2.17
Striscia fumettistica
che mostra il
bisogno naturale di
omologarsi al gruppo
per sentirsene parte
©: Baby Blues



2.7 ESCLUSIONE DAL GRUPPO E DISCRIMINAZIONE

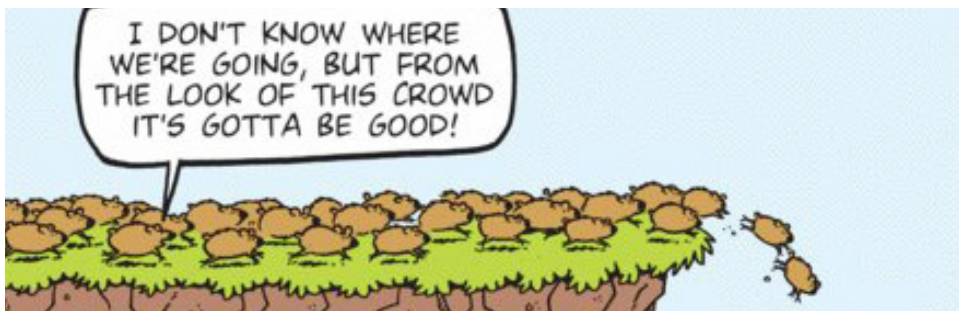
Come appena visto quindi, la peer pressure rappresenta un fattore molto importante nell'identità dell'individuo, così come nella sua serenità personale.

La pressione sociale maggiore si ha principalmente nell'età dello sviluppo, esattamente quando si matura una propria identità personale e un proprio carattere. Questa è anche l'età in cui si forma una sorta di resistenza a questa influenza. Nell'età adulta però non si è comunque immuni dalla pressione dei pari, questo perché il bisogno di appartenenza è un bisogno innato negli esseri umani.

Secondo Grazia Attili, docente di psicologia sociale all'Università di Roma la Sapienza, nel suo saggio (2011), l'individuo descrive il bisogno di conformismo tramite quattro fattori: il desiderio di compiere un'azione efficace, il bisogno di costruire e mantenere relazioni, il bisogno di gestire il concetto di sé e il bisogno di capire. Attraverso questi fattori è facile capire perché una persona decida di conformare la sua identità a quella di uno specifico gruppo, sia per ottenere un'approvazione o anche solo per non sentirsi diverso dagli altri.

C'è da precisare però che sempre secondo la professoressa Attili, il conformismo è strutturato in due tipologie diverse: Il conformismo pubblico o acquiescenza, quando ci si conforma senza credere realmente a quello che si dice o si fa, e l'adesione interiore o internalizzazione delle norme quando i giudizi altrui guidano i nostri comportamenti, perché si accettano i giudizi altrui e prendiamo come modello i comportamenti e le idee di chi ci circonda (Fig. 2.18). Dalla seconda tipologia di omologazione quindi si ha un vero e proprio cambio di

*Fig. 2.18
Fumetto che illustra
le problematiche
di una mentalità di
gruppo generata
dalla peer pressure
©: Tundra Comic*



pensiero, in cui il bisogno di essere parte di un gruppo influenza il nostro giudizio e la nostra percezione della realtà.

Essere forzatamente parte di un gruppo, così come esserne rifiutati e come lo stesso esserne allontanati, sono fonti di grandi stress, per l'individuo, come nel fumetto in figura 2.19. Il non essere accettati da un gruppo, nega il nostro bisogno di appartenenza e genera una serie di sentimenti che vanno dalla rabbia e l'aggressività, alla tristezza e alla depressione. (William 2007).

Attraverso questa rapida analisi dei gruppi e della pressione sociale, possiamo rapidamente capire come l'essere un individuo introverso, in una società estroversa, richieda quindi uno sforzo costante, sia mentale che sociale. L'individuo introverso deve fare i conti nella vita di tutti i giorni con un gruppo dominante nel quale si ritrova forzatamente a farvi parte, ma nel quale la sua natura non trova raffronto, generando un costante stress e una sorta di discriminazione costante sulla propria persona, le proprie azioni e la propria indole opposta all'ideale sociale di estroversione.

Fig. 2.19
Fumetto che mostra
le ripercussioni più
o meno gravi di
un atteggiamento
diverso da quello
del gruppo di
riferimento
©: Zits Comic



Fig. 2.20
Vignetta ironica
che paragona
la peer pressure
alla sindrome di
Stoccolma
©: Cyanide and
Happiness



3

IL GIOCO

In questa sezione ci si concentra sulla definizione di gioco data dai Game Studies e sui principali e fondamentali argomenti che servono per comprendere appieno la materia che si sta affrontando. Vengono introdotti di concetti fondamentali, come il concetto di flusso, importante sia nel gioco che nella tematica di questa tesi, così come il concetto di cerchio magico e della socialità ambientale. Vengono poi descritti i Persuasive Games e i Serious Games e i Games for Social Change, categoria in cui il progetto di questa tesi si pone. Viene infine proposta un'analisi sulle similitudini tra le classificazioni psicologiche e la tassonomia dei giochi e giocatori di Bartle.

3 IL GIOCO

Il gioco è una componente fondamentale della nostra vita, l'azione del giocare è istintiva ed è comune, anche se con differenze, a qualsiasi fascia d'età e a qualsiasi cultura, profondamente radicato nelle tradizioni e nella società, riveste un'importante convenzione sociale (Bertolo & Mariani 2014). L'attività di gioco veniva spesso considerata principalmente un'azione legata all'infanzia e ai bambini, definendo il gioco in età adulta come un'attività poco lodevole e sostanzialmente una perdita di tempo (Fink 1957). Il cosiddetto "compatto dispositivo dequalificante" attorno al gioco sta venendo lentamente meno, restituendo al gioco la propria dignità. Questo cambio di mentalità a cui si sta assistendo è dovuto ai numerosi progressi che si sono ottenuti negli ultimi anni nella disciplina dei Game Studies, la scienza che studia il gioco, e ai numerosi progressi tecnologici e ai moderni smartphone che hanno reso l'attività di gioco immediatamente disponibile in qualsiasi momento della giornata e fruibile anche da soli.

L'importanza del gioco nella vita dell'uomo, così come di altre specie animali, è ormai provata da numerosi studiosi e ricerche. Johan Huizinga, storico olandese nel suo saggio *Homo Ludens* ([1938], 1964) afferma che il gioco ha origini ben più antiche della civiltà stessa, in quanto anche gli animali giocano, e che anzi, la civiltà non ha aggiunto nulla di importante alle modalità e dinamiche del gioco. Raph Koster, studioso e game designer, afferma che il gioco è un importante strumento educativo e di apprendimento. Koster (2004) sostiene che il nostro cervello funziona attraverso un meccanismo di costruzione e riconoscimento dei pattern, dei modelli mentali di realtà, che inconsciamente utilizziamo in qualsiasi momento della nostra vita. Queste azioni meccaniche e ripetitive che senza rendercene conto facciamo ogni giorno, vengono definite dalla psicologia cognitiva come "chunk", degli insiemi di informazioni e azioni semplificate, ma di grande e immediato riconoscimento. Il gioco quindi ci aiuta in questo processo, semplificando la realtà e permettendoci di riconoscere pattern e acquisire "chunk" in un ambiente protetto e controllato, e di conseguenza di imparare continuamente.

3.1 COS'È IL GIOCO

Il primo a cercare una definizione di gioco è stato Huizinga, in *Homo Ludens* ([1938], (1964), egli afferma che:

“Il gioco è un’azione libera, conscia di non essere presa “sul serio” e situata al di fuori della vita consueta, che nondimeno può impossessarsi totalmente del giocatore; azione a cui in sé non è congiunto un interesse materiale, da cui non proviene vantaggio, che si compie entro un tempo e uno spazio definiti di proposito, che si svolge con ordine secondo date regole, e suscita rapporti sociali che facilmente si circondano di mistero o accentuano mediante travestimento la loro diversità dal mondo solito.” (p.34)

Da questa primissima descrizione possiamo estrapolare i primi elementi con cui definire il gioco:

- Attività libera e non obbligata
- Un’azione consapevolmente non reale e “non seria”
- Al di fuori della vita di tutti i giorni
- Slegato da interessi materiali, fine a se stesso
- Avviene in un preciso spazio-tempo
- Viene regolato da delle precise regole

Successivamente il sociologo francese Roger Caillois riprende questa definizione di Huizinga e nel suo trattato del 1958 “Il gioco e gli uomini”, aggiunge alla definizione il concetto di “incertezza”, il risultato del gioco cioè non può essere previsto o predeterminato a priori. Oltre a questo aspetto Caillois definisce un’importante distinzione nell’approccio nell’affrontare un gioco dal punto di vista dei giocatori:

- **Paidia**: il giocare libero e spensierato, tipico dei bambini
- **Ludus**: il giocare serio e con rigore

Come descritto da Bertolo in *Game Design* (2014), nei *Game Studies*, quando facciamo riferimento al termine “ludico”, facciamo riferimento alla descrizione di Caillois di “ludus”, un gioco serio e rigoroso, definizione lontana dal concetto spensierato che le attribuiamo normalmente. Al contrario, per definire i momenti di gioco più leggero,

tipici della “paidia”, useremo la parola “giocososo”.

Questa definizione è particolarmente importante quando ripensiamo al concetto di dispositivo dequalificante di Fink, questa distinzione infatti pone su due livelli completamente diversi il gioco spensierato dei bambini, rispetto a dei giochi affrontati con ben altro spirito, liberando il gioco dal preconconcetto di essere unicamente un'attività dell'infanzia.

Caillois inoltre propone una divisione del gioco in quattro categorie ben distinte a seconda della tipologia di esperienza che si viene a creare nel gioco stesso:

- **Agon**: rappresenta il gioco competitivo, la sfida con gli altri giocatori e con noi stessi
- **Alea**: il gioco legato alla fortuna, al caso, non controllabile o modificabile in alcun caso
- **Ilinx**: letteralmente la vertigine, comprende tutti quei giochi con un forte coinvolgimento, tale da farci provare forti sensazioni
- **Mimicry**: rappresenta infine il gioco di interpretazione, dove si impersonificano maschere e personaggi diversi da noi e si eseguono azioni come se si fosse qualcun altro.

Successivamente Bernard Suits offre un ulteriore contributo, nel 1978, nel suo *The Grasshopper*. Egli descrive il gioco come il compimento di sforzi volontari per superare ostacoli non necessari, attraverso il metodo meno efficiente, nello specifico:

“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, p.41)

Giocare quindi significa superare volontariamente degli ostacoli e sottostare a delle regole, che rappresentano

il metodo meno efficiente, per raggiungere il proprio obiettivo. Salen inoltre nella definizione, rende espliciti tre elementi fondamentali per qualunque attività di gioco:

- **Obiettivo pre-ludico** (prelusory goal): cioè lo scopo da raggiungere nel gioco.
- **Regole costitutive** (constitutive rules): le indicazioni di ciò che è permesso e ciò che non è permesso fare
- **Atteggiamento ludico** (lusory attitude): la volontà del giocatore di eseguire un'attività attraverso i metodi meno efficienti, definiti dalle regole.

Katie Salen e Eric Zimmerman nel loro lavoro del 2004 *Rules of Play*, svolgono un grande lavoro di analisi del gioco, trattandone numerosi aspetti anche dal punto di vista scientifico, la loro definizione di gioco cerca di riassumere brevemente i concetti chiave:

“A game is a system in which players engage in an artificial conflict, defined by rules, that results in a quantifiable outcome.” (Salen/Zimmerman, 2004, p.80)

Il ricercatore danese Jesper Juul, nel suo saggio *Half-Real* del 2005 introduce un elemento nuovo nella definizione:

“A game is a rule-based system with variable and quantifiable outcome, where different outcomes are assigned different values, the player exerts effort in order to influence the outcome, the player feels emotionally attached to the outcome, and the consequences of the activity are negotiable. (Juul, 2005, p.36)

L'attaccamento emotivo al risultato, ma più in generale il fattore emozionale, è un elemento nuovo nell'analisi e nella definizione del gioco, come si può vedere nel capitolo 3.2 infatti, percezione e sentimenti svolgono un ruolo importante nel coinvolgimento del giocatore e nel veicolare messaggi.

Come abbiamo visto quindi, non esiste una definizione univoca di cosa sia il gioco, ogni definizione presa in esame differisce lievemente dalle altre, prendendo in considerazione determinati elementi ed escludendone

altri. Molte possiedono punti di vista simili, come l'essere un'attività libera e fuori dalla realtà, ma tutte le definizioni sono concordi nell'affermare che un gioco, per essere tale, deve possedere delle regole che lo definiscano.

3.2 MEANINGFUL PLAY

Katie Sale e Eric Zimmerman (2004) utilizzano per la prima volta nel loro lavoro il termine “meaningful play”, o gioco significativo, per definire meglio la relazione che si viene a creare tra giocatore e gioco. Il gioco si configura come un’esperienza ludica, in cui ad ogni azione del giocatore corrisponde una reazione del gioco. Riuscire a comprendere come si struttura questa relazione tra gioco e giocatore ci permette di progettare al meglio l’esperienza di gioco. Giocare implica il prendere delle decisioni all’interno del gioco, e se il giocatore riesce a percepire che le sue azioni hanno ripercussioni sullo svolgimento del gioco stesso, allora si ha un’esperienza definita significativa.

Il meaningful play si può identificare in due maniere diverse descrittivo e valutativo. Il primo è relativo alle reazioni significative del gioco in risposta alle azioni del giocatore:

“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.”
(Salen & Zimmerman, 2004, p.34)

Questa definizione rappresenta il meaningful play descrittivo, poiché esso descrive cosa accade nel gioco, e descrive il rapporto tra le azioni effettuate dal giocatore e il risultato che il sistema gioco restituisce. Questo è il modo principale in cui i giochi creano significato all’interno della loro esperienza.

Il secondo invece è relativo a quei giochi che creano esperienze che vanno al di là della semplice reazione del sistema 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.” (Salen & Zimmerman, 2004, p.34)

Il giocatore deve essere quindi in grado di capire

quali siano le migliori azioni da intraprendere in un determinato momento, e quali siano le conseguenze su larga scala all'interno del sistema del gioco. Questa definizione è detta valutativa poiché ci aiuta a capire, e quindi a valutare, la vera e propria relazione tra le azioni ed i possibili risultati.

Progettare giochi piacevoli e significativi per il giocatore è il principale obiettivo di un buon game design:

“Quando il gioco è ben progettato, ci troviamo di fronte ad un sistema che può generare esperienze ludiche che hanno significato in sé e che sono significative per chi le compie.” (Bertolo & Mariani, 2014, p.192)

Il termine significativo quindi può andare ben oltre l'oggetto gioco, ed estendersi oltre il cerchio magico, fornendo ai giocatori informazioni che possono essere utilizzate anche in contesti al di fuori del gioco. Questo insieme di informazioni e di ripercussioni che rendono conscio il giocatore dell'impatto delle proprie azioni, è fondamentale quando si progettano giochi che devono veicolare un messaggio particolare o che vogliono suscitare determinate emozioni, come nei Persuasive Game (capitolo 3.6).

3.3 IL FLUSSO

Mihály Csíkszentmihályi, psicologo ungherese, nella sua opera *Flow* (1990) descrive come determinate esperienze, compreso il gioco, possano essere percepite come gratificanti e piacevoli. Il piacere e la felicità sono concetti difficilmente definibili, e per ogni essere umano sono diversi, ma tutti gli uomini durante la loro vita ricercano questi sentimenti. Secondo Csíkszentmihályi, i piaceri più semplici e che garantiscono una gratificazione praticamente immediata, non generano un'adeguata crescita emotiva e psicologica, poiché dipendono da fattori esterni e servono solo a soddisfare i bisogni basilari dell'uomo. Una gratificazione più profonda, e slegata dalle influenze esterne è quindi preferibile, ma meno immediata e più faticosa da raggiungere. Quando la nostra ricerca del piacere incontra esperienze e situazioni in cui siamo completamente coinvolti e concentrati, abbiamo la possibilità di entrare in quello che l'autore definisce come "flusso", uno stato di coscienza in cui il mondo attorno a noi perde di significato, si perde la cognizione del tempo e non si hanno pensieri oltre a quello che stiamo facendo.

"Il flusso è quello stato interiore, intenso, piacevole, inebriante, che ci rapisce dal mondo reale che si genera quando ci dedichiamo ad alcune attività." (Bertolo & Mariani, 2014, p.20)

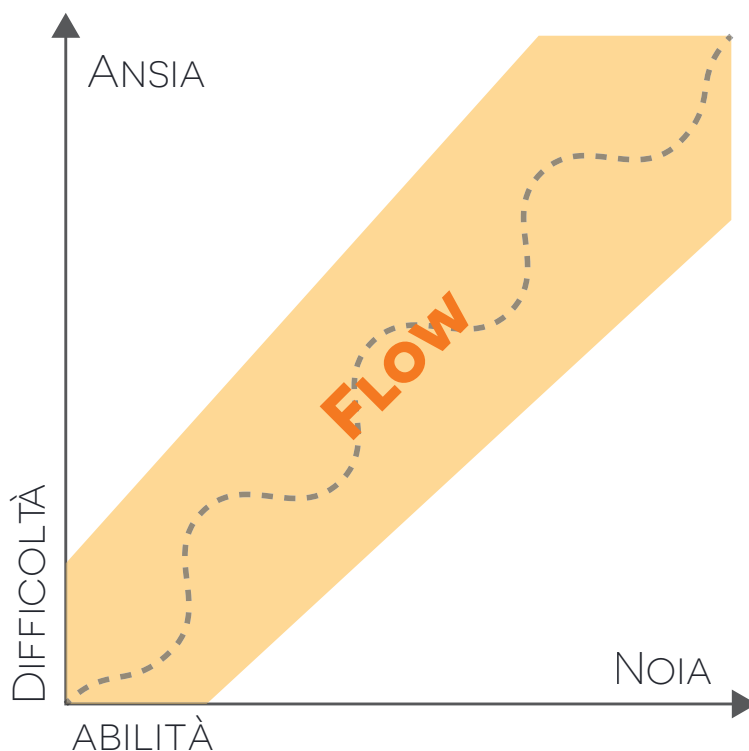
Il flusso è quindi un'esperienza totalizzante, in cui abbiamo il completo controllo delle nostre azioni e in cui siamo completamente focalizzati sull'obiettivo finale, a discapito di quello che accade attorno a noi.

Il flusso viene descritto solitamente come un perfetto bilanciamento tra la sfida che ci si mette davanti ed il nostro livello di abilità nell'affrontarla (Fig. 3.1). Quando la sfida è troppo complicata per il nostro livello di abilità cadiamo in uno stato di ansia, viceversa, quando le nostre capacità superano di gran lunga le difficoltà poste dalla sfida, proviamo noia. Un perfetto bilanciamento di questi fattori, quando la sfida è sufficientemente adeguata alle nostre abilità, ci fa entrare nel cosiddetto stato di flusso.

Questo stato di flusso è raggiungibile facendo attività a noi congeniali, diverse da persona a persona, a seconda dei nostri stessi gusti. Un'attività divertente e per noi piacevole, però, non è necessariamente un'esperienza che generi uno stato di flusso. Csíkszentmihályi descrive allora i punti fondamentali per facilitare un'esperienza di flusso:

- Bilanciamento sfida e capacità: questo si verifica quando ci dobbiamo confrontare con compiti che sappiamo essere alla nostra portata e che sappiamo possano essere superati, sfide non troppo semplici e non troppo complicate.
- Integrazione tra azione e consapevolezza: la concentrazione sulle azioni che stiamo facendo è importante, l'attenzione deve essere completamente veicolata verso l'attività facendo diventare le nostre azioni spontanee. Ogni forma di distrazione pone a rischio lo stato di flusso

Fig. 3.1
Schema
rappresentativo del
flusso
©: M.
Csíkszentmihályi



- Obiettivi chiari e informazioni precise: il compito su cui ci stiamo concentrando deve avere un obiettivo chiaro e definito e deve fornirci dei feedback immediati su quello che stiamo facendo
- Concentrazione totale sul compito: la concentrazione deve essere così profonda da farci dimenticare le preoccupazioni della vita
- Paradosso del controllo: la piacevolezza dell'esperienza ci dà la sensazione di avere il controllo sulle nostre azioni. Il piacere non deriva dall'aver il controllo, ma dall'aver controllo sulle azioni che eseguiamo, consci di avere il giusto livello di abilità necessario a svolgere il compito
- Perdita dell'autoconsapevolezza: l'attività in cui siamo concentrati assorbe ogni nostro pensiero, facendoci dimenticare del nostro ego e occupando ogni nostro pensiero
- Distorsione del tempo: il senso del tempo è distorto, la concentrazione è così intensa da farci smarrire ogni cognizione del tempo speso.
- Autotelicità: Il piacere deve essere intrinseco all'esperienza e fine a sé stesso, l'azione deve essere eseguita e fatta solamente per il puro piacere di essere fatta.

Questi elementi, possono essere ritrovati anche in maniera singola, ma insieme causano un senso di profondo piacere per l'azione appena svolta, ricompensando la persona e facendole realizzare che la quantità di energia utilizzata per svolgere l'azione è stata ben spesa (Csikszentmihályi, 1990, p.49). Per questo motivo, come visto nel capitolo 2.3, introversi ed estroversi, per ovvi motivi, ricercano esperienze a loro gratificanti in modi diversi, cercando di entrare nel flusso in un modo a loro adeguato, sapendo valutare al meglio quanta energia dedicare e a quali esperienze.

È inoltre importante ricordare che il concetto di flusso non è legato necessariamente al successo del compito che stiamo svolgendo, Juul (2013) offre nel suo saggio *The art of failure* un interessante spunto sull'importanza del fallimento all'interno del gioco:

“I dislike failing in games, but I dislike not failing even more” (Juul, 2013, p.2)

Questo ci ricorda quindi che il bilanciamento tra sfide e capacità non deve necessariamente essere interpretato come un obbligato successo, almeno nel gioco, pena altrimenti il cadere nella noia, o, viceversa, nella frustrazione del fallimento continuo.

Tra tutte le attività che possiamo fare, quella del giocare è quindi considerata l'attività con cui è più facile entrare nello stato di flusso, e poiché ogni gioco aspira a far entrare i propri giocatori in questo stato, da un punto di vista del design è importante sapere i meccanismi con i quali funziona e come si crea. Il game designer Jesse Schell, nella sua opera *The art of game design* (2008), illustra come sia possibile aiutare a creare una situazione di flusso tramite quattro elementi:

- Obiettivi chiari: gli obiettivi da perseguire nel gioco devono essere chiari, poiché maggiore chiarezza aiuta a stare concentrati, al contrario, non avremmo la certezza dell'utilità delle nostre azioni se l'obiettivo non fosse del tutto chiaro
- Nessuna distrazione: le distrazioni tolgono attenzione alla nostra attività e al nostro compito, rendendo difficile lo stato di flusso
- Feedback diretti: più le informazioni che il gioco ci restituisce sono immediate, meno tempo viene speso ad attendere, con la quindi minore possibilità di venire distratti
- Sfida continua: le sfide che il gioco ci propone devono essere adeguate al nostro livello di abilità, il giocatore deve pensare di potercela fare, ma le sfide non devono risultare né troppo facili né troppo difficili, per non cadere in ansia o noia.

Il flusso come già detto è quindi una costante importantissima in tutte le attività della nostra vita, così come basilare nel gioco, ma il soddisfacimento di queste condizioni non crea automaticamente uno stato di flusso, ma è fondamentale che queste caratteristiche siano presenti in ogni buon progetto di game design.

3.4 IL CERCHIO MAGICO

Abbiamo molte volte citato il luogo del gioco, in cui esso si svolge e si struttura, ma il termine generico “luogo” non è abbastanza per definire lo spazio in cui si gioca. Lo spazio di gioco si limita al gioco stesso? O anche allo spazio immediatamente attorno? O anche ai giocatori? Alle loro menti? A causa di questa difficile descrizione nei Game Studies si utilizza generalmente la locuzione “cerchio magico”. La primissima definizione di quello che è il cerchio magico, viene espressa da Huizinga:

“L’arena, il tavolino da gioco, il cerchio magico, il tempio, la scena, lo schermo cinematografico, il tribunale, tutti sono per forma e funzione dei luoghi di gioco, cioè spazio delimitato, luoghi segregati, cinti, consacrati sui quali valgono proprie e speciali regole. Sono dei mondi provvisori entro il mondo ordinario, destinati a compiere un’azione conclusa in sé.” (Huizinga [1938] 2002, p.13)

Il gioco quindi si svolge dentro a quelli che sembrerebbero dei confini ben definiti per i giocatori, confini spaziali e temporali precisi, ma separati fortemente dalla realtà, le cui azioni e i risultati tuttavia non superano i confini invisibili del cerchio magico. La definizione proposta da Huizinga però, prende in considerazione solo l’aspetto fisico del gioco, trascurando l’aspetto mentale che si viene a creare nei giocatori, così come gli ovvi sviluppi tecnologici sconosciuti per l’epoca.

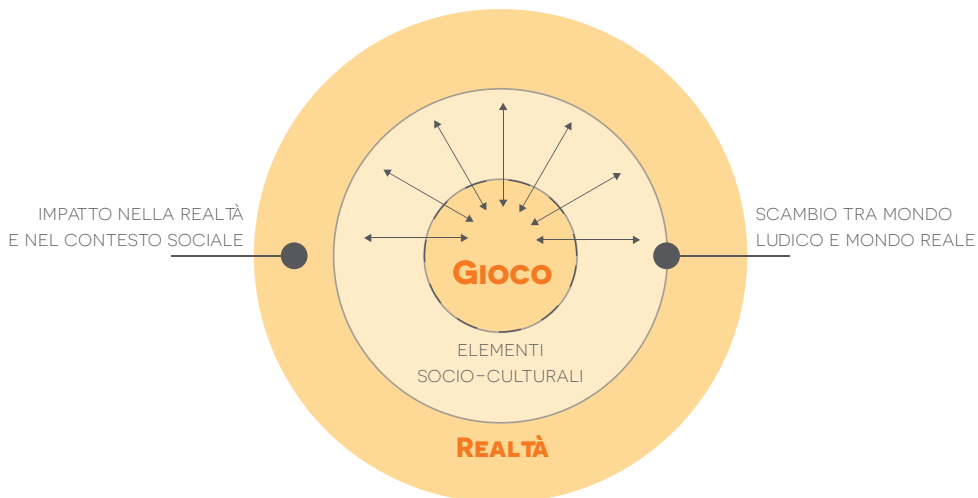
Salen e Zimmerman riprendono allora il concetto di Huizinga, rifinandolo e adattandolo ai profili culturali e sociali dei nostri tempi, tenendo anche in considerazione lo sviluppo tecnologico:

“The term is used here as shorthand for the idea of a special place in time and space created by a game. [...] As a closed circle, the space it circumscribes is enclosed and separate from the real world. As a marker of time, the magic circle is like a clock: it simultaneously represents a path with a beginning and end, but one without beginning and end. [...] In a very basic sense, the magic circle 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 way of special spaces or material. The game simply begins when one or more players decide to play.” (Salen & Zimmerman, 2004, p.95)

Secondo la definizione degli autori quindi il cerchio magico non è più uno spazio fisico definito entro il quale il gioco si muove, ma diventa uno spazio immaginario che si crea nel momento stesso in cui si decide di giocare. Questa definizione prende anche in considerazione che, nonostante il gioco occupi uno spazio non definibile, rimanga comunque diviso e ben separato da quello che è il mondo reale. Allo stesso modo il tempo all'interno del gioco assume contorni sfumati e meno precisi, creando unità di tempo separate dal tempo reale. La definizione di Salen e Zimmerman però, pur allargando quella di Huizinga, e presentando un concetto più sfumato e meno rigido del cerchio magico, sembra non tenere conto di come oggi il gioco sia fortemente intrecciato nei momenti di tutti i giorni tramite l'utilizzo di smartphone e realtà aumentata, così come non prende in considerazione quelli che vengono definiti *Urban e Pervasive Games*. Questa tipologia di giochi infatti si sviluppa in stretta relazione

Fig. 3.2
Schema
rappresentativo del
cerchio magico e
della sua interazione
con gli elementi
culturali della realtà
©: Bertolo &
Mariani, 2014



con gli ambienti urbani, coinvolgendo un sistema-città che fa parte dell'insieme di gioco, ma non sa di esserne parte. Una visione chiusa e rigida del cerchio magico non tiene anche conto dei *Persuasive Games* (capitolo 3.6) il cui messaggio riesce ad attraversare il cerchio magico e a far cambiare mentalità nel mondo reale. Per questo motivo Bertolo e Mariani propongono una definizione più morbida del concetto di cerchio magico:

“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, p.79)

In questo modo il cerchio magico permette interazioni e scambi continui con la realtà, come si può vedere dallo schema (Fig 3.2. [Bertolo & Mariani (2014), p.78]), rendendo possibili quindi ripercussioni esterne del gioco, come un cambio di pensiero o di approccio verso un determinato tema dato dai *Persuasive Games*, o rendendo possibili interazioni sociali non normalmente permesse in altri contesti.

3.5 PLAYING ALONE TOGETHER

E CERCHIO MAGICO

Estroversi e introversi, all'interno del cerchio magico, assumono comportamenti fuori dal loro ordinario metodo di interazione sociale. Per spiegare il perché di questo cambiamento apparentemente strano, dobbiamo prima fare un passo indietro e fare un parallelo con il cambio di socialità che è avvenuto tramite l'avvento di Internet. A questo proposito, Ilaria Mariani, in Game Design (2014) scrive:

L'allontanamento della "socialità vecchio stampo" ha subito un'ulteriore evoluzione con l'introduzione e la diffusione di internet, delle console e dei mondi virtuali in cui i giocatori sono sollecitati ad immergersi. [...] La conseguenza più immediata consiste nell'affermarsi di una condizione che porta per la prima volta il giocatore in una condizione di pseudo-isolamento dal mondo reale e iper-connessione con il mondo virtuale: la connessione alla rete ha reso superfluo per molti adolescenti il contatto fisico tra persone, in quanto viene privilegiato un tipo di socialità diversa: i giocatori spesso isolati all'interno delle proprie abitazioni, si trovano connessi con il resto del mondo grazie alla rete, e si crea un significativo fenomeno che prende il nome di playing alone together (Morrill 2005): giocare insieme da soli" (Bertolo & Mariani 2014, p.52)

Susan Cain (2012) descrive come all'inizio la rete era percepita come un luogo altro, separato dal mondo reale, in cui trovavano rifugio principalmente persone introversi, a cui era preferita questa cosiddetta socialità diversa, poiché l'attività online è un'attività sì sociale, ma, appunto, nello stesso momento solitaria e considerata come una singola ed unica attività. Al tempo stesso, pian piano, la rete coi social è diventata una vetrina anche per tutte quelle persone considerate di stampo estroverso, potendo rimanere in contatto con una moltitudine di persone contemporaneamente e in qualsiasi momento del giorno. Questa duplice realtà che rappresenta la rete, ha reso possibile la creazione di una socialità nuova, che riesce ad unire due tipi psicologici opposti.

Fig. 3.3
Vignetta che
mostra un tipo
di socievolezza
ambientale
©: Philippa Rice



Jane McGonigal nel suo saggio del 2011, cita questo nuovo tipo di interazione sociale:

“[...] è quella che i ricercatori chiamano “socievolezza ambientale”. È l’esperienza di giocare “da soli insieme”, ed è una forma di interazione sociale che anche i più introversi possono apprezzare. [...] Ai giocatori piaceva condividere l’ambiente virtuale, anche se le interazioni erano scarse o nulle. Facevano prova di un elevato grado di “presenza sociale”.”
(McGonigal 2011, p.96-97)

Quella che lei descrive come socievolezza ambientale è un tipo molto particolare di interazione sociale, nonostante non ci siano interazioni dirette, soddisfa il bisogno di sentirsi socialmente legati e connessi gli uni agli altri, come mostrato nell’immagine (Fig. #). In questo modo si viene a creare un senso di comunità e di appartenenza molto importante. Questa interazione indiretta ha dato vita a progetti comunitari di grande rilievo, basti pensare alla sola Wikipedia.org, ma anche dal punto di vista ludico i traguardi comunitari raggiunti in diversi giochi superano di gran lunga quelli che un singolo giocatore potrebbe mai fare. Questo superamento comunitario di ostacoli apparentemente insormontabili crea orgoglio e gratificazione in tutti i membri delle comunità che ne hanno partecipato, soddisfacendo il bisogno di socialità e appartenenza anche con poca, o nessuna, interazione con gli altri giocatori.

“È più probabile che i giocatori introversi amino giocare da soli insieme” (McGonigal 2011, p.98)

Inoltre, è importante considerare come uno dei principali problemi di introversi ed estroversi (vedi capitolo 2.1), sia legato anche al numero di compiti da eseguire contemporaneamente e alla qualità di attenzione prestata ad essi. Se gli estroversi prediligono ambienti dinamici e movimentati, e sono predisposti a fare molte più attività nello stesso momento, al contrario, gli introversi si trovano a loro agio in ambienti tranquilli, con poche distrazioni e lavorano meglio concentrandosi su un compito alla volta. In più, sempre come visto nel capitolo 2.3, la sensibilità alla ricompensa è un fattore molto

importante quando si prendono in esame le personalità introversive ed estroversive. Poiché gli introversi sono meno coinvolti dalle interazioni sociali, ma fortemente sensibili alle gratificazioni mentali fornite loro dal gioco, esso svolge un importante ruolo nella socialità di una persona introversa:

“È possibile che svolgere queste attività in ambienti sociali online generi in loro nuove associazioni positive relativamente all’esperienza sociale. In altre parole, i giochi come WoW possono mettere gli introversi più a loro agio nelle interazioni sociali in generale. [...] La socievolezza ambientale può avere un ruolo chiave nello sviluppare un desiderio di interazione sociale nelle persone più introversive. La socievolezza ambientale non può sostituire l’interazione sociale nel mondo reale, ma può fungere da anticamera per una socializzazione nel mondo reale – e quindi per una migliore qualità della vita – aiutando gli introversi ad apprendere a vedere il coinvolgimento sociale come intrinsecamente più gratificante di quello che sono naturalmente disposti a pensare.” (McGonigal 2011, p.98-99)

Fatte queste premesse, il cerchio magico può funzionare allo stesso modo come nei giochi online, anche se con implicazioni diverse, anche con i giochi più tradizionali. Nel cerchio magico le differenze tra le tipologie psicologiche si fanno più sottili, poiché il cerchio magico e il gioco può essere visto contemporaneamente come un’attività singola e precisa, dagli introversi, e come un’attività dinamica e sfaccettata dagli estroversi. Il cerchio magico, infatti, altera le relazioni personali e il comportamento dei giocatori. Il gioco è un ambiente protetto in cui il giocatore si sente libero di agire senza ripercussioni gravi e permanenti sul quotidiano. Per questo motivo per introversi ed estroversi il gioco può rappresentare una sorta di luogo in cui calarsi nei panni di qualcun altro, adottando comportamenti fuori dall’abitudinario e dal nostro carattere. Nonostante ci siano dei giochi che sicuramente hanno un’impronta più estroversa o più introversa, come visto nel capitolo legato alle tassonomie di Bartle (capitolo 3.8), l’attività di

Fig. 3.4
Un'altra vignetta
che mostra un tipo
di socievolezza
ambientale
©: A. Caycedo-Kimura

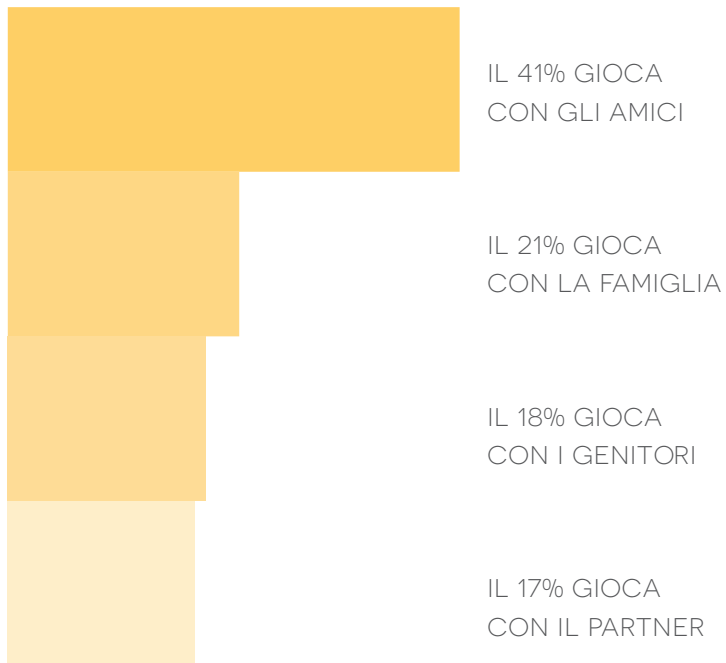
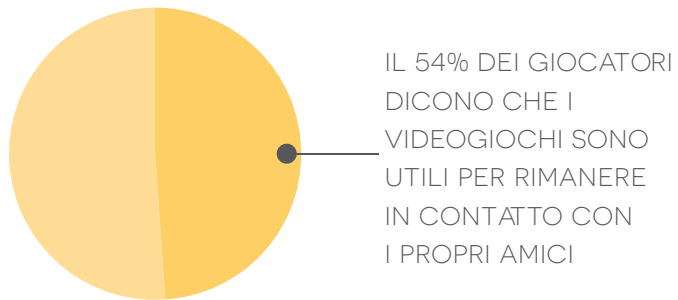
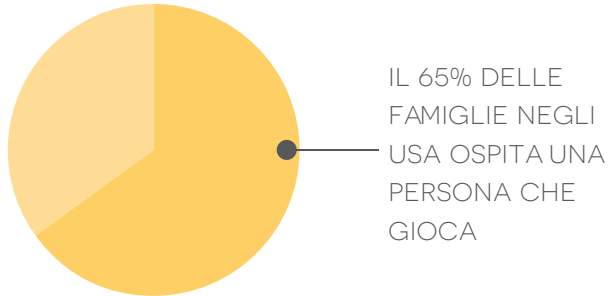
gioco può indurre determinati tipi psicologici ad agire in modo a loro completamente estraneo, così come avviene online, e non solo nei videogiochi, per lo stesso motivo.



Un'altra prova a riguardo ci viene fornita dai dati del 2017 del report dell'Entertainment Software Association, l'associazione di categoria americana dell'industria dei videogame. Essi ci forniscono una panoramica su quanto ormai il gioco sia una realtà sempre più ampia (Fig. 3.5). I dati ci dicono che il 65% delle famiglie negli USA ospita una persona che gioca. Nonostante non ci siano dati specifici a riguardo, senza ombra di dubbio questa percentuale supera di gran lunga le stime sulla percentuale di popolazione introversa del 20/30% (vedi capitolo 2.1), dimostrando ormai che il gioco, in questo caso particolare il videogioco, non è più una predominante di carattere introverso. Inoltre, di questo campione, il 53% dei giocatori più frequenti, spendono una media di 6 ore giocando con altre persone online e 5 ore giocando con altri di persona, nello specifico il 41% con amici, il 21% con la famiglia, il 18% coi genitori, e il 17% con il proprio partner. Il 54% dei giocatori dicono per di più che i videogiochi aiutano a rimanere in contatto con i propri amici. Questi dati sono la prova di come il gioco abbia un grande impatto nella socialità, sia di introversi che di estroversi in egual modo. Come ci ricorda McGonigal:

*I giocatori, va sottolineato, non giocano da soli.
(McGonigal 2011, p.102)*

Fig. 3.5
Grafici che mostrano
le percentuali di
giocatori nelle case
statunitensi e con chi
essi giocano
©: E. ntertainment
Software Association,
2017



3.6 SERIOUS, PERSUASIVE GAME E GAMES FOR SOCIAL CHANGE

Come già accennato i giochi rappresentano degli ambienti sicuri, ed in quanto tali, secondo Koster (2005), grazie alla nostra capacità di chunking (vedi capitolo 3), possono essere utilizzati per apprendere nuovi pattern e nuove abilità necessarie al mondo reale. In questa cornice si strutturano i Serious Game, una tipologia di giochi che si caratterizza per un'attenzione particolare verso argomenti ritenuti di rilievo sociale. Ian Bogost (2007) propone un elenco di giochi che coprono le tematiche più disparate in diversi ambiti della società, e che fanno parte di questa categoria, troviamo infatti numerosi giochi e simulazioni digitali che trattano di emergenze, assistenza sanitaria, educazione, politica e difesa, tutti con l'intento di prevedere determinati scenari, situazioni e reazioni, e aumentare i livelli di abilità necessarie ad esse.

*“Il cerchio magico può essere considerato come una cornice protettiva che pone il giocatore in condizione di sicurezza, e che permette al game designer di progettare visioni alternative o complementare della realtà che trasmettano significati e contenuti”
(Bertolo & Mariani, 2014, p.76)”*

Il gioco rappresenta uno spazio sicuro in cui le azioni eseguite all'interno del cerchio magico, non hanno ripercussioni all'esterno. Seppur questa affermazione sia vera, ci sono dei casi particolari in cui questa definizione vada vista sotto un altro punto di vista. Il gioco in sé non ha ripercussioni fisiche e materiali sull'esterno, è autotelico e fine a sé stesso, ma in alcuni giochi, le azioni all'interno dell'esperienza ludica hanno ripercussioni sulla vita reale anche quando il giocatore ha smesso di giocare, queste azioni smettono di influenzare solo il gioco e aggiungono valore alla vita reale.

Luigi Anolli, ricercatore di psicologia della comunicazione, e Fabrizia Mantovani, ricercatrice presso l'Università degli Studi di Milano Bicocca, nel loro saggio Come funziona la nostra mente (2011) trattano come nell'educazione, strumenti di simulazioni come il gioco, siano importantissimi per l'essere umano per apprendere meccanismi e comportamenti, unendo il divertimento e l'ambiente sicuro, con 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, p.156)

L'apprendimento in questi giochi si basa principalmente quindi su un fatto esperienziale, piuttosto che su altri elementi, il coinvolgimento che si viene a creare e l'attenzione del giocatore, creano una partecipazione attiva nell'artefatto, facilitando l'assimilazione dei concetti. La progettazione delle esperienze che il giocatore vivrà, così come delle emozioni in questo tipo di giochi, ma non solo, diventa allora fondamentale.

Sul filone dei Serious Game come meccaniche comunicative, si inseriscono Persuasive Games, e fanno parte di una categoria di giochi la cui esperienza significativa del giocatore all'interno dell'artefatto ludico, pone le basi per veicolare messaggi e rimettere in discussione le proprie idee e i propri preconcetti. Un gioco ben progettato può far esperire al giocatore sensazioni in grado di persuadere e sensibilizzare su un determinato argomento.

Uno dei modi in cui la persuasione può avere luogo è descritto da Bogost (2007) attraverso la *retorica procedurale*. In questo modo il giocatore viene persuaso su un determinato argomento non tanto tramite la narrazione o le immagini, ma attraverso un'interazione precisa dettata dalle regole, detta procedura, e decisa a priori dal designer. Attraverso l'insieme di narrazione e procedura nell'esperienza ludica, il giocatore è portato a rivedere le sue idee e le sue convinzioni, rimettendo in discussione i suoi preconcetti e ponendosi delle domande sull'argomento.

In queste due realtà si pongono anche i Games for Social Change, i cosiddetti giochi per il cambiamento sociale, che, attraverso la persuasione, puntano a sensibilizzare il giocatore e a cambiare il suo modo di pensare su questioni di carattere sociale, stimolando un cambio di pensiero e un diverso approccio alla tematica.

Il gioco è quindi uno strumento comunicativo potente che se ben progettato può porsi come un dispositivo capace di persuadere i giocatori a rivedere le proprie posizioni su determinate tematiche e assumere comportamenti differenti.

3.7 STEALTH APPROACH

Se da una parte abbiamo una maggioranza di giochi per il cambiamento sociale che si caratterizzano per lo stretto legame che hanno con la tematica, sia per i personaggi e le situazioni, dall'altra, abbiamo un tipo di giochi persuasivi che adottano un approccio più furtivo, *stealth approach* (Flanagan, Kaufman, Seidman, 2016), in cui le tematiche ed i messaggi persuasivi sono integrati e nascosti nel contesto del gioco.

Questo tipo di approccio fa parte di una strategia di *embedded design*, studiata per cercare di aggirare la tendenza delle persone a resistere alla comunicazione persuasiva, meccanismo che si attiva nel momento in cui la comunicazione viene percepita come troppo diretta o aggressiva. In questo modo, eludendo i meccanismi difensivi dei giocatori, abbiamo la possibilità di stimolare un atteggiamento più ricettivo al nostro messaggio, senza sacrificare divertimento e longevità del gioco. Infatti, secondo la ricerca del 2016 condotta dagli autori, Jane Flanagan, Geoff Kaufman, professore alla Carnegie Mellon University e Max Seidman, game designer, rendere chiaro il messaggio da comunicare non sempre aiuta il giocatore a interiorizzarlo.

Gli autori offrono quindi tre possibili strategie volte a nascondere la tematica ed il messaggio senza però rinunciare al fattore persuasivo:

- **Intermixing**: il bilanciamento dei meccanismi “on-message”, sul messaggio, e “off-message”, non riguardanti il messaggio, per alleggerire il tono del gioco, rendendo meno evidente e minaccioso il messaggio. In questo modo gli elementi persuasivi vengono letteralmente mischiati con altri elementi, rendendoli meno predominanti.
- **Obfuscating**: l'uso di generi e dispositivi che deviano le aspettative del giocatore e le concentrino lontano dal messaggio persuasivo. Questa strategia può essere adottata tramite generi di gioco insoliti per la tematica trattata, l'occultazione di elementi minacciosi rivelati solo in determinati stadi del gioco, o attraverso una narrazione ambigua, che lascia sviluppare una

connessione psicologica col proprio personaggio o con gli eventi, prima di rivelare particolari importanti.

- **Distancing:** l'aumento della distanza psicologica tra l'identità del giocatore e le sue credenze e il messaggio persuasivo del gioco. Attraverso questa separazione, il gioco può aggirare le difese psicologiche del giocatore. Per l'attuazione di questa strategia si usano spesso delle metafore o ambientazioni lontani dalla vita di ogni giorno.

Queste tre strategie sono molto importanti, poiché quando un individuo percepisce e riconosce il tentativo di un agente esterno di modificare il proprio comportamento o le proprie abitudini, esso attiva la cosiddetta *reattanza psicologica*, uno stato psicologico di avversione causato proprio dalla percepita minaccia alla propria libertà generale e di pensiero, causando una repulsione e un rifiuto verso il messaggio persuasivo (Brehm in Flanagan, Kaufman, Seidman, 2016). Questo meccanismo difensivo si ha anche quando l'individuo è d'accordo con il contenuto del messaggio comunicativo persuasivo, ma è comunque percepito come una minaccia o un pericolo alla propria libertà di pensiero. Un'ulteriore barriera psicologica è rappresentata dal *bias blind spot*: il riconoscimento di una propria propensione verso una scelta indotta dal pregiudizio, o da una posizione faziosa, che viene minimizzata o negata nel momento stesso in cui essa viene esposta dagli altri.

Per questi motivi quindi i persuasive game che hanno un approccio troppo diretto o troppo aggressivo nell'affrontare delle tematiche sensibili, possono fallire nel proprio scopo comunicativo, proprio per la naturale resistenza umana verso messaggi palesemente persuasivi. Atteggiamenti di reticenza e difensivi, non solo limitano l'efficacia del messaggio, ma limitano anche il divertimento e l'apprezzamento generale del gioco. Adottando un modello di embedded design invece possiamo quindi minimizzare i meccanismi difensivi dei giocatori, adottando un approccio più delicato e più stealth, e garantendo il divertimento e aumentando le probabilità che il nostro messaggio venga veicolato al giocatore ed interiorizzato.

Uno degli esempi più famosi di giochi che adottano un approccio stealth è il caso di Train (Fig. 3.6), progettato da Brenda Romero, il gioco spinge il giocatore a caricare quante più persone sui vagoni, rivelando solo alla fine del gioco la metafora coi campi di concentramento nazisti, lasciando il giocatore con un senso di smarrimento e un messaggio molto forte.

Per quanto la tematica su cui mi concentro in questa tesi non rappresenti un argomento particolarmente sensibile per molti, ma poiché i pregiudizi attorno al tipo psicologico introverso sono numerosi, così come le comuni credenze sul tipo estroverso, ho voluto adottare un approccio in parte stealth nel trattare la questione, come vedremo nel capitolo 4.

Fig. 3.6
Un'immagine del
gioco Train
©: Brenda Romero



3.8 LA CLASSIFICAZIONE DI BARTLE

La classificazione del tipo di giocatori a cui ci si rivolge è particolarmente utile quando si sta creando un artefatto ludico, poiché permette di analizzare al meglio gli elementi e valutare se sia più gradito ad un determinato pubblico o meno. Una delle classificazioni più importanti rispetto ai giocatori è quella stilata dal ricercatore e game designer Richard Bartle.

La sua classificazione si basa sulle azioni che il giocatore preferisce eseguire all'interno del gioco, achievement-realizzazione, exploration-esplorazione, socialising-socializzazione, imposition-imposizione. Bartle (1996) suddivide quindi i giocatori in quattro gruppi distinti, identificandoli coi semi delle carte:

- ♦ **Achiever**: Sono quei giocatori che traggono piacere dai punteggi, dall'accumulo di risorse, dal risolvere le sfide, dall'aumento di livello e via dicendo. Ogni cosa all'interno del gioco e ogni loro azione serve a questo scopo. L'esplorazione serve solo per trovare nuove risorse o metodi di guadagno dei punti. La socializzazione solo per scoprire dagli altri giocatori nuovi metodi per accumulare punti e ricchezze. L'uccisione è solamente necessaria nel caso sia obbligata, se gli altri giocatori sono d'ostacolo o se è l'unico modo per realizzare l'obiettivo.
- ♠ **Explorer**: Sono coloro a cui piace scoprire il mondo di gioco, apprezzano la grafica e l'ambiente, esplorano ogni angolo del mondo ed ogni luogo, alla ricerca di qualsiasi situazione caratteristica. Sono anche coloro che provano approcci nuovi o azioni inusuali, e che ricercano bug e che vogliono capire come funzionano nel profondo il gioco. L'ottenere punti e risorse per loro è triviale, necessario solo a continuare l'esplorazione, così come l'imposizione sugli altri giocatori. La socializzazione può essere vista come un modo per trovare nuove idee o informazioni.
- ♣ **Socializer**: Per questa tipologia di giocatori, il gioco è solamente un sottofondo, sono più interessati ad interagire con gli altri giocatori,

che con il gioco stesso. Il gioco diventa un contesto di socializzazione e un mezzo per relazionarsi e dialogare con gli altri giocatori. Anche il solo osservare e guardare altri giocatori può essere abbastanza per sentirsi gratificati. Sono i giocatori più empatici e disposti ad aiutare gli altri. Per loro l'esplorazione può essere necessaria per capire il contesto dei discorsi e potersi relazionare più facilmente con gli altri giocatori, e i punteggi possono essere necessari solo per aumentare il proprio livello di abilità per poter comunicare con gli altri o guadagnare uno status di alto profilo all'interno della comunità. L'uccisione è generalmente ignorata e perpetrata solamente nel caso in cui sia l'unico modo per eliminare un fastidio alla comunicazione.

- **♥ Killer:** Al contrario dei socializer, la loro spinta è verso un'interazione negativa, improntata sul prevaricare sugli altri giocatori. Il loro modo di agire è prevalentemente competitivo e unidirezionale, improntato sul dimostrare la propria superiorità. Più è grande il disagio arrecato agli altri giocatori, maggiore è la loro gratificazione. L'accumulo di risorse e oggetti è necessario per raggiungere livelli adeguati

Fig. 3.7
Schema di Bartle
per la classificazione
delle interazioni tra
gioco e giocatori
©: R. Bartle, 1996



per uccidere gli altri giocatori, così come l'esplorazione è necessaria solo per trovare nuovi modi per superare gli altri giocatori. La socializzazione può essere vista come uno strumento per trovare nuove vittime o conoscere le loro strategie.

Secondo lo schema in figura (Fig. 3.7) e sulle caratteristiche appena esposte, possiamo allora descrivere ulteriormente il loro atteggiamento nell'artefatto ludico, evidenziando se tendono più ad agire o ad interagire, e se con il mondo di gioco o con i giocatori:

- Agire sul mondo: è l'atteggiamento tipico degli achiever, il mondo è visto solamente come utile ai propri scopi e deve sottostare alle loro azioni, l'unico scopo di giocare è imparare alla perfezione il gioco e piegarlo alla propria volontà e raggiungere un determinato livello di rispetto nel gioco.
- Interagire col mondo: qui gli esploratori si lasciano tentare e stupire dal mondo di gioco, al contrario degli achiever, essi desiderano perdersi nel mondo piuttosto che dominarlo, la loro gratificazione deriva dalla profonda conoscenza di ogni elemento di gioco.
- Interagire con i giocatori: caratteristica propria dei socializer, considerano gli altri giocatori sopra ogni altro elemento, la loro gratificazione deriva dallo stabilire contatti e amicizie.
- Agire sui giocatori: in ultimo la caratteristica dei giocatori killers, agiscono sugli altri giocatori, senza il loro consenso, dimostrando la propria superiorità e facendo azioni che nel mondo reale verrebbero severamente punite.

La classificazione di Bartle nacque dapprima per descrivere le caratterizzazioni dei giocatori dei primi giochi online, ma è oggi applicata anche ad altri tipi di giochi, non solo online e non solamente a più giocatori. Conoscere queste differenze di interessi ed interazioni col mondo di gioco, può aiutare meglio a sviluppare un artefatto ludico che sia diretto al target su cui vogliamo andare ad agire.

3.9 SIMILITUDINI TEORIE PSICOLOGICHE E TASSONOMIA DI BARTLE

La classificazione dei tipi di giocatore di Bartle presenta delle somiglianze con le classificazioni tipologiche della psiche umana, in particolare per quanto riguardasse il tratto di introversione e di estroversione, già spiegato nel capitolo 1. Ho quindi cercato di mettere in relazione le due classificazioni, per verificare se potesse venirsi a delineare un profilo utile, comune ad entrambe le tassonomie.

L'analisi è partita prendendo come riferimento un campione di giochi generalmente considerati più commerciali e più conosciuti, e un campione di Games for Change, selezionati tra alcuni considerati più rilevanti. Per ognuno di essi è stato delineato il suo profilo nella tassonomia di Bartle, tenendo conto se fosse un gioco single o multiplayer, e analizzato se le azioni all'interno dell'artefatto ludico fossero più improntate alla strategia o alla tattica.

Strategia e tattica implicano due posizioni opposte nell'azione di gioco. La prima, la strategia, implica un approccio utile sul lungo termine, azioni pianificate non per avere solo ripercussioni immediate, ma ponderate per essere efficaci sul lungo periodo. Questo approccio si sposa bene con la filosofia adottata dal tipo introverso, generalmente più mentale e calcolatore, che valuta approfonditamente i pro e i contro di ogni situazione, senza cercare ricompense e soddisfazioni immediate. Di contro, la tattica prevede invece un comportamento basato più sulla reazione, più improntato alle risposte istantanee e immediate, senza calcolare quali possano essere gli sviluppi futuri o le conseguenze. Questo approccio si lega ovviamente meglio con il tipo psicologico estroverso, generalmente più istintivo e più sensibile alla ricompensa immediata, che non valuta a priori i rischi e gli esiti delle sue azioni, e generalmente meno pianificatore.

Dall'unione di queste due considerazioni, si può notare prima di tutto la grande differenza tra le classificazioni dei giochi più commerciali rispetto a i Game for Change. L'aspetto Killer di quest'ultimi infatti risulta quasi del

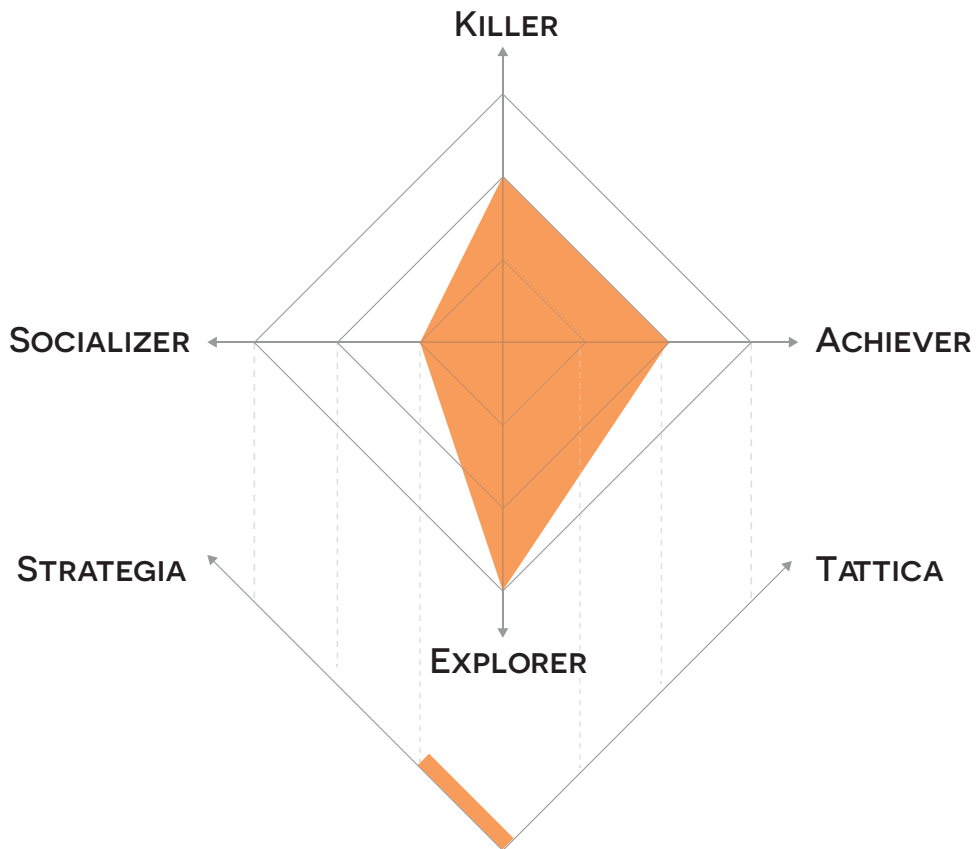
tutto assente, così come anche la parte Socialiser risente fortemente in questa categoria. Le motivazioni sono molto probabilmente legate al fatto che il gioco è improntato fortemente verso la sensibilizzazione ad una tematica, costruendo l'intero artefatto attorno alla spiegazione e veicolazione della tematica e al raggiungimento di un effetto di persuasione. Per questo motivo ritroviamo alti valori negli aspetti legati ai fattori Explorer, di esplorazione della tematica del gioco, e di Achievement, legata al raggiungimento del finale del gioco. Per quanto riguarda invece il parametro Tattica o Strategia, troviamo che anche in questo caso, i risultati sono sbilanciati verso una maggiore presenza del parametro Strategia, con un solo artefatto che ha raggiunto il massimo in Tattica tra quelli analizzati. Questa situazione è da ricercare probabilmente nel fatto che le tematiche affrontate presuppongono una riflessione più accurata degli argomenti trattati, rendendo, ipoteticamente, i Games for Change generalmente più introversi rispetto ad altri.

Per quanto riguarda invece i giochi più commerciali, i parametri di Bartle tendono generalmente ad essere disposti in maniera molto più omogenea, probabilmente in virtù del fatto che hanno la necessità intrinseca di arrivare ad un più vasto pubblico possibile. Nonostante alcuni artefatti presentino elevati valori Killer, non necessariamente però si ha il contrario dei Games for Change, come si potrebbe pensare. Infatti, anche i parametri Strategia e Tattica risultano distribuiti in maniera abbastanza omogenea, non trovando quindi una correlazione tra Killer e giochi più commerciali e personalità estroverse. Solo una piccola parte di giochi si differenzia dalla maggioranza ed è rappresentata da tutti quei titoli considerati sì commerciali ma facenti parte di una nicchia di sviluppatori più o meno indipendenti. In questo caso i valori si avvicinano di più a quelli dei Games for Change.

Sulla base di questi risultati si può intuire come ci possa essere una correlazione tra le due tassonomie, ma allo stato attuale delle cose i dati raccolti sono insufficienti per comprovare una vera e possibile correlazione tra le due scale. Questa breve analisi pone però le basi per un possibile futuro approfondimento sull'argomento.

Fig. 3.8
Schema esempio
del grafico a radar
utilizzato per l'analisi
di Bartle dei giochi

TITOLO DEL GIOCO



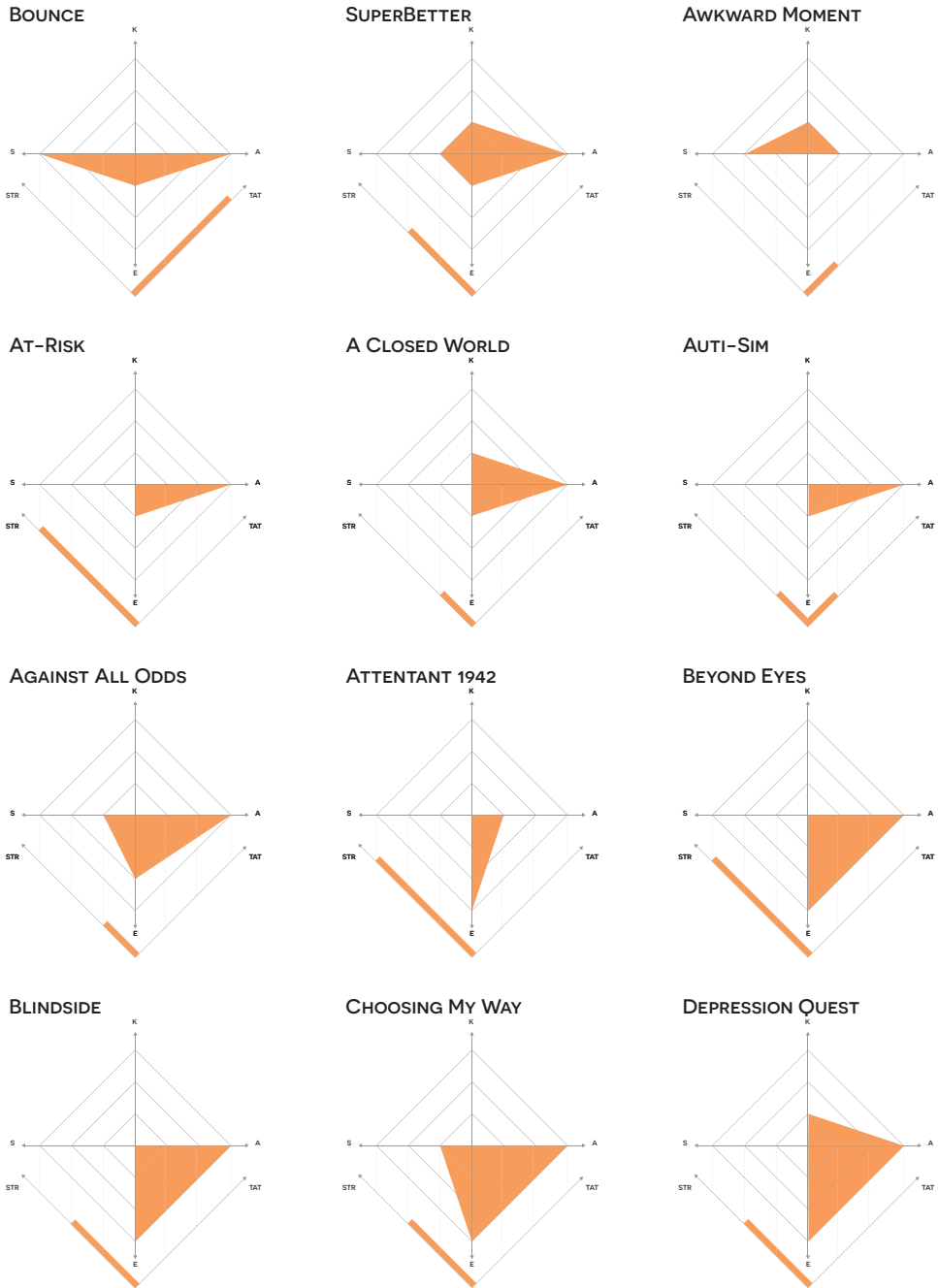
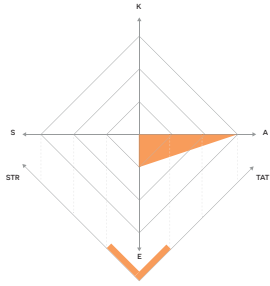
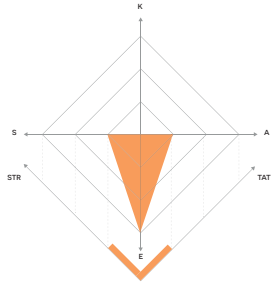


Fig. 3.9
 Grafici di analisi di
 108 giochi secondo la
 tassonomia di Bartle

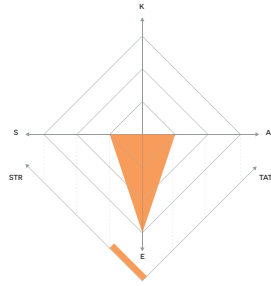
ELUDE



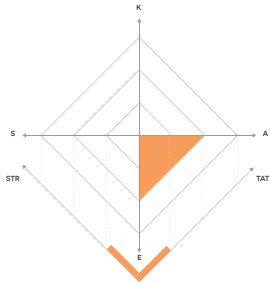
EVERYTHING



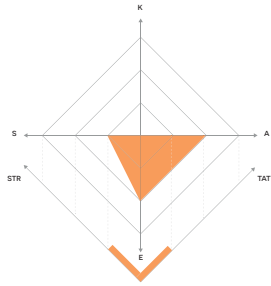
FAMILY OF HEROES



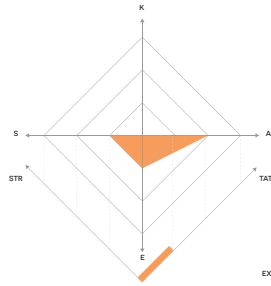
LIM



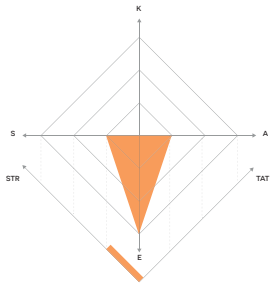
LONGSTORY



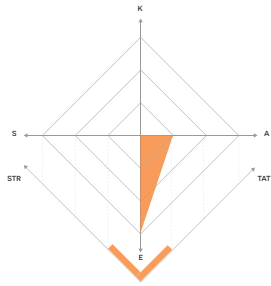
MAINICHI



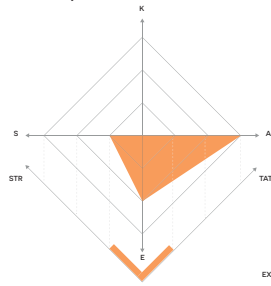
MISSION



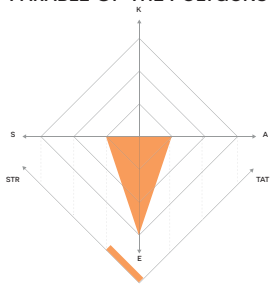
NEVERMIND



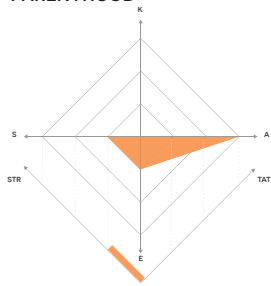
PAPER, PLEASE



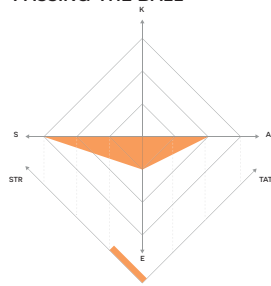
PARABLE OF THE POLYGONS



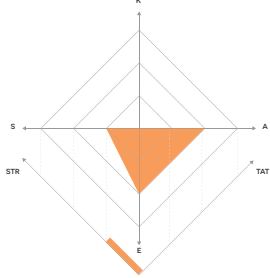
PARENTHOOD



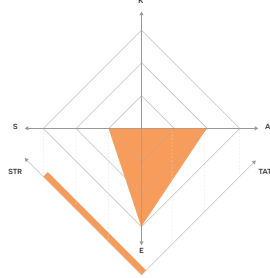
PASSING THE BALL



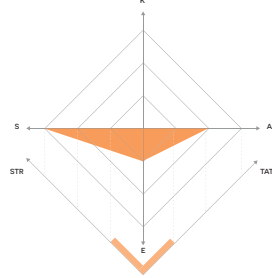
PEACEMAKER



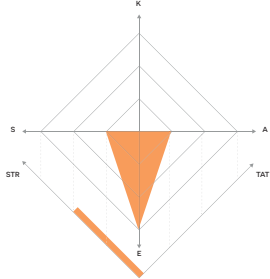
PLEASE KNOCK ON MY DOOR



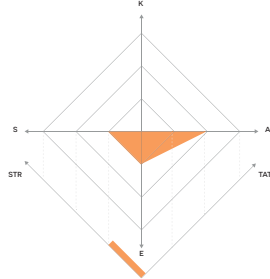
QUANDARY



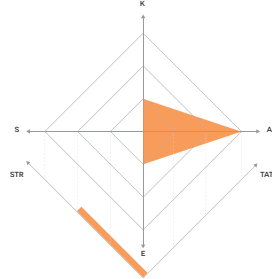
SPENT



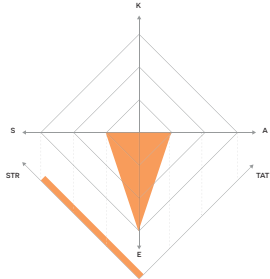
START THE TALK



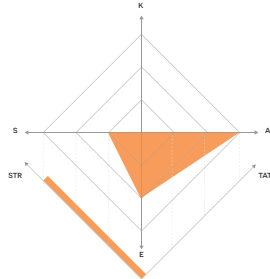
SUPERSIGHT



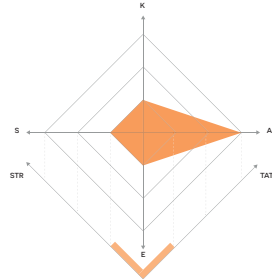
THAT DRAGON, CANCER



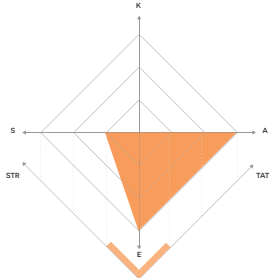
THE END



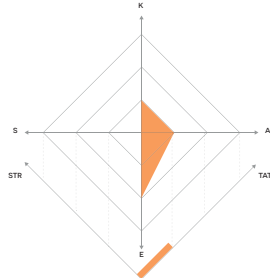
THE MIGRANT TRAIL



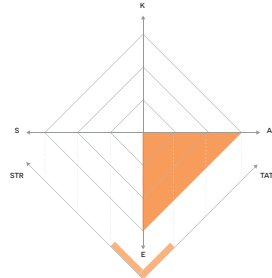
THIS WAR OF MINE



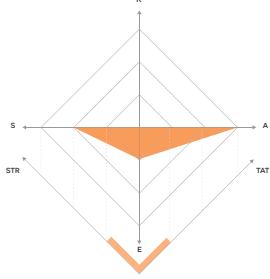
UNMANNED



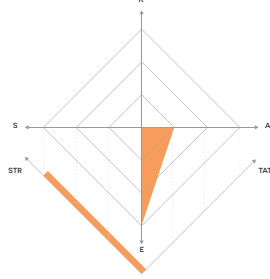
UPLIFTED



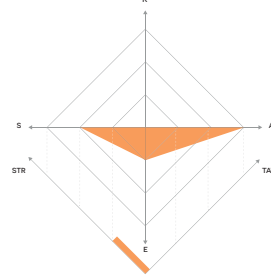
VALIANT HEART



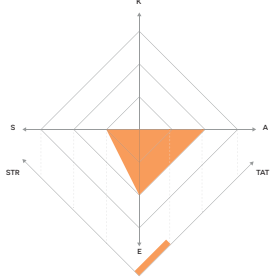
WAIT



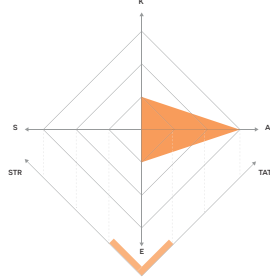
WAY



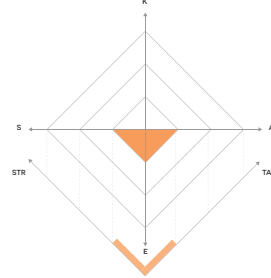
ZOO U



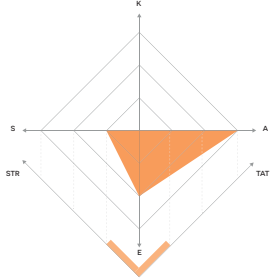
INTROVERSION: A PARTY GAME



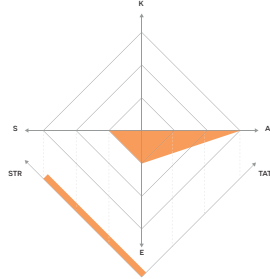
GUESS MY RACE



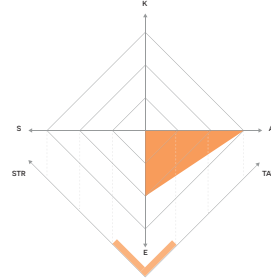
SOCIAL CATERPILLAR



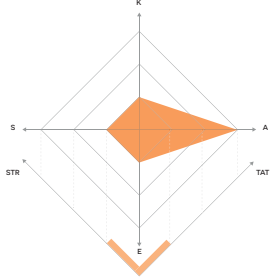
ACTUAL SUNLIGHT



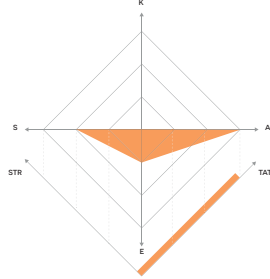
NEVER ALONE



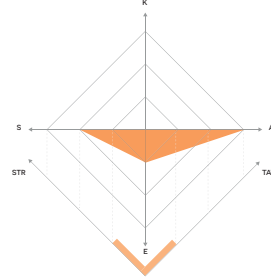
DUMB WAY TO DIE



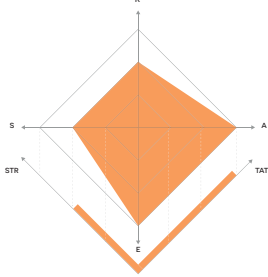
GIVING, GIVING, GONE



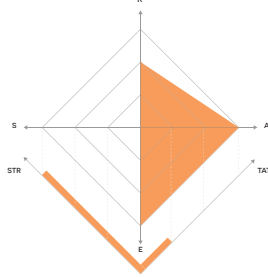
HALF THE SKY MOVEMENT



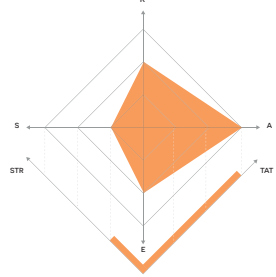
ASSASSIN'S CREED (SAGA)



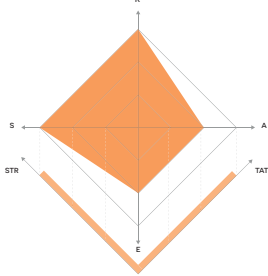
TOMB RAIDER (SAGA <2013)



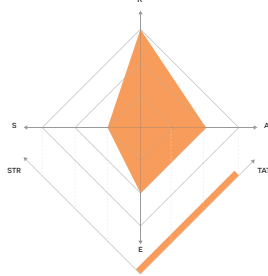
TOMB RAIDER (SAGA >2013)



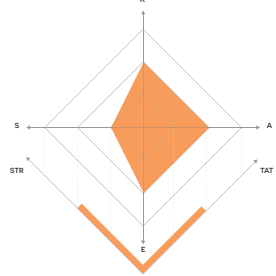
LITTLE BIG PLANET (SAGA)



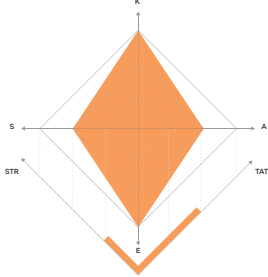
GRAND THEFT AUTO (SAGA)



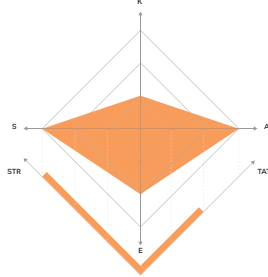
INFAMOUS (SAGA)



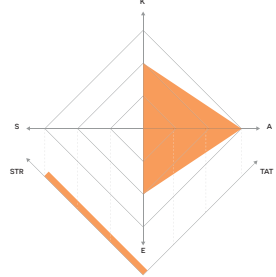
WATCH DOG (SAGA)



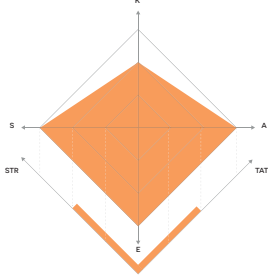
TRINE (SAGA)



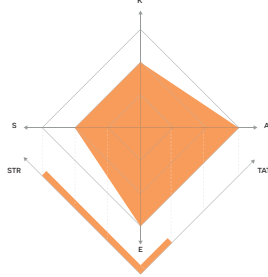
METAL GEAR SOLID (SAGA)



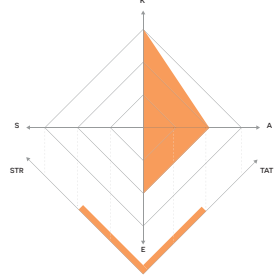
KINGDOM HEARTS (SAGA)



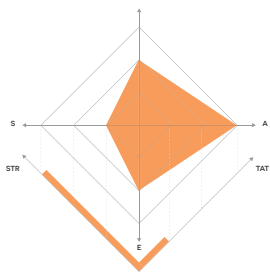
FINAL FANTASY (SAGA)



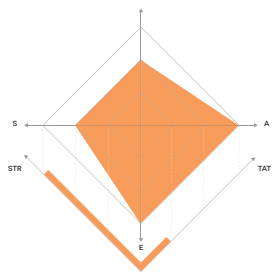
RESIDENT EVIL (SAGA)



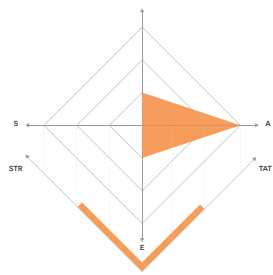
FABLE (SAGA)



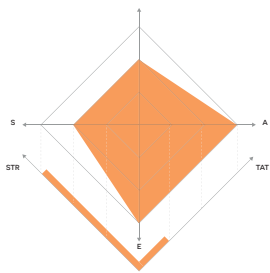
ZELDA (SAGA)



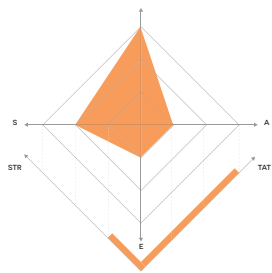
CRASH BANDICOOT (SAGA)



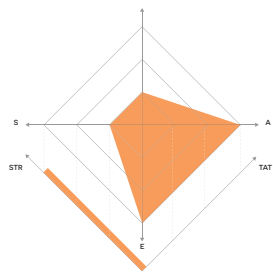
SPYRO (SAGA)



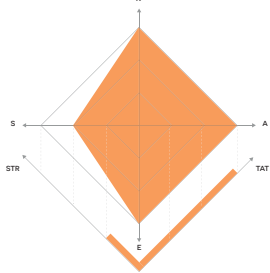
CALL OF DUTY (SAGA)



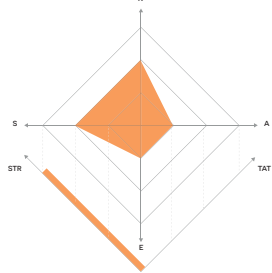
NO MAN'S SKY



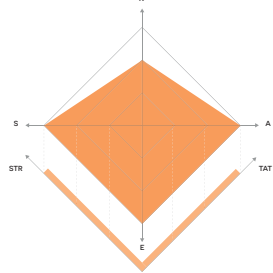
DIABLO (SAGA)



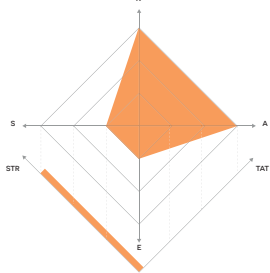
WARCRAFT (SAGA)



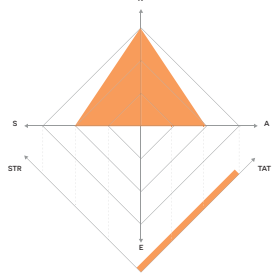
WORLD OF WARCRAFT



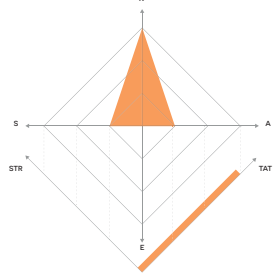
HEARTSTONE



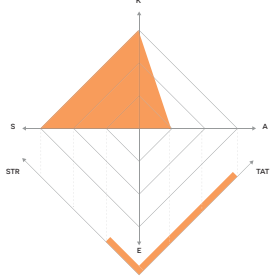
OVERWATCH



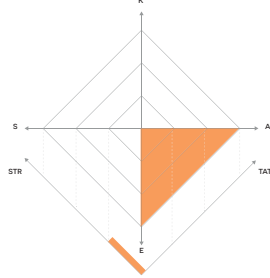
FORTNITE



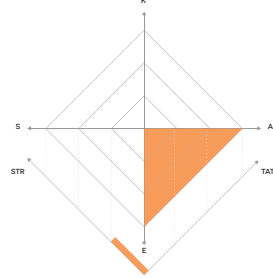
LEAGUE OF LEGENDS



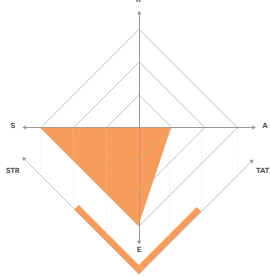
FLOW



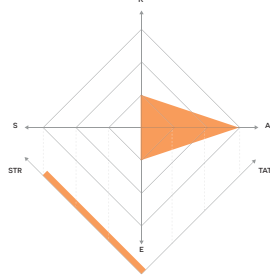
FLOWERS



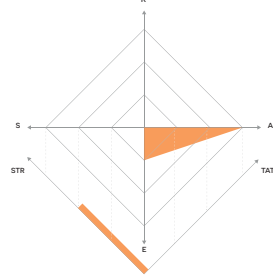
JOURNEY



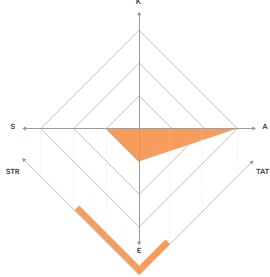
BRAID



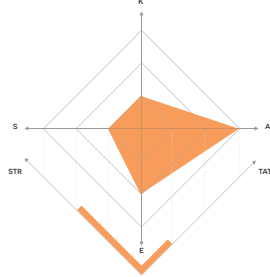
LIMBO



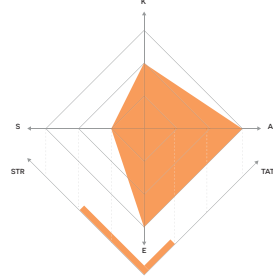
HEAVY RAIN



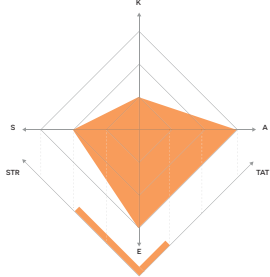
BEYOND 2 SOUL



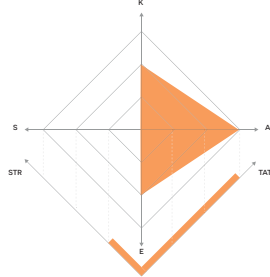
THE LAST OF US



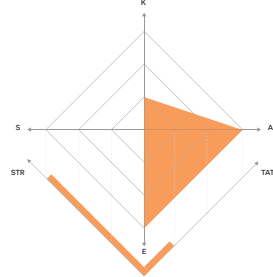
LOCOROCO



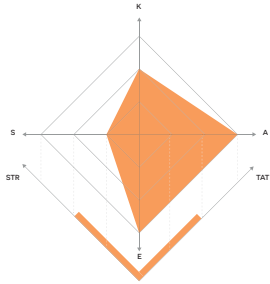
REMEMBER ME



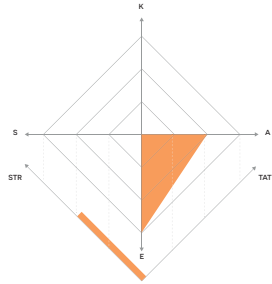
DON'T STARVE



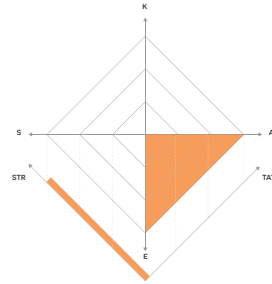
OKAMI



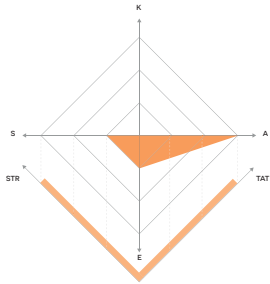
UNFINISHED SWAN



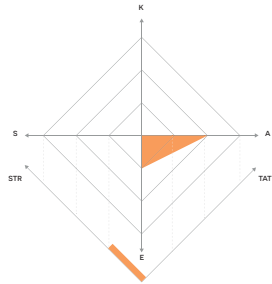
FEZ



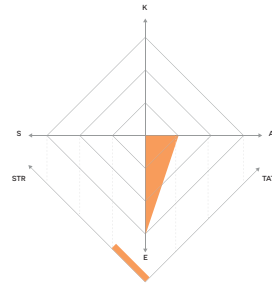
THOMAS WAS ALONE



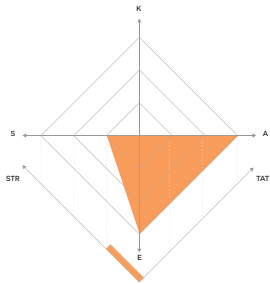
MURASAKI BABY



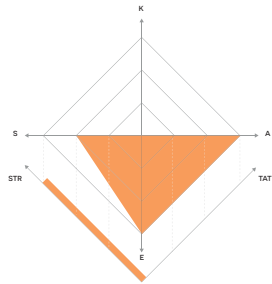
PROTEUS



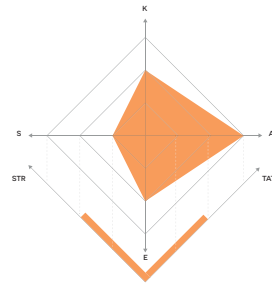
HOHOKUM



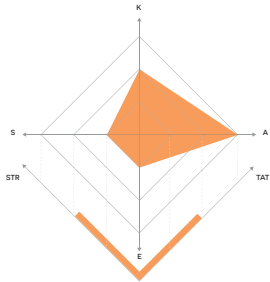
KNYTT UNDERGROUND



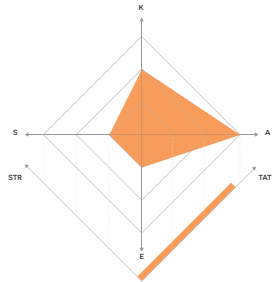
TRANSISTOR



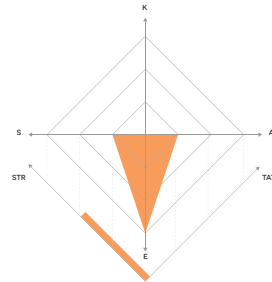
GUACAMELEE



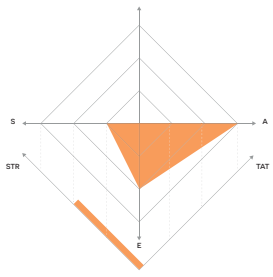
HOTLINE MIAMI



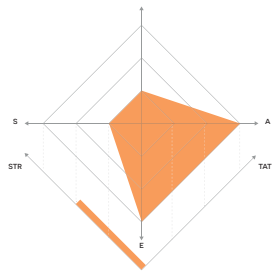
KOI



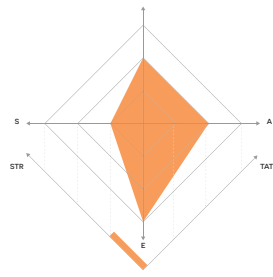
MACHINARIUM



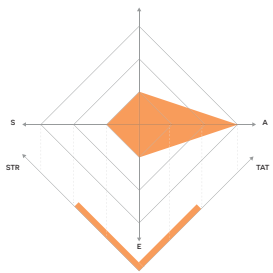
ROAD NOT TAKEN



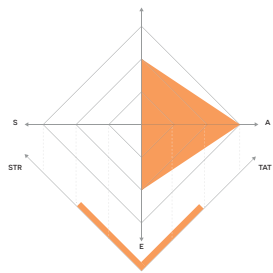
CHILD OF LIGHT



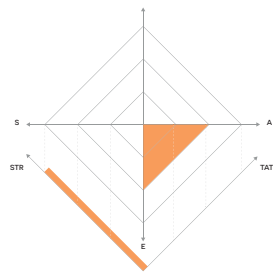
GRAVITY RUSH



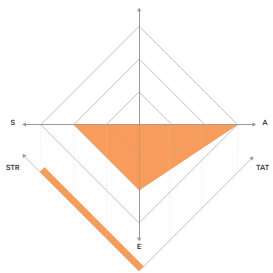
BASTION



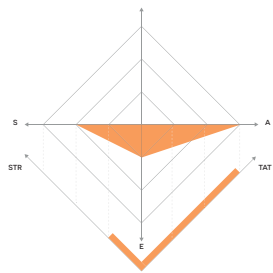
HUE



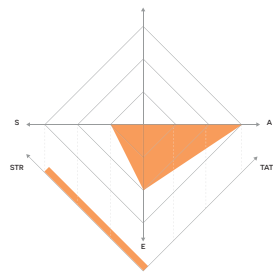
BROKEN AGE



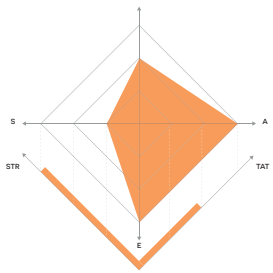
WHEELS OF AURELIA



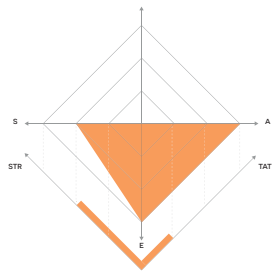
FIREWATCH



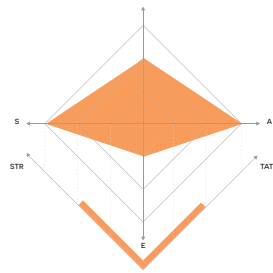
PYRE



LIFE IS STRANGE



POKEMON GO



4

IL PROGETTO

Grazie alle analisi e alle ricerche dei capitoli precedenti, si è potuto realizzare un artefatto di gioco elaborato attorno alla tematica dell'introversione e dell'estroversione. In questa parte di tesi verranno descritti tutti gli elementi del progetto, a partire dagli obiettivi che si vogliono raggiungere, per poi passare alla struttura, all'ambientazione di gioco e al target che si vuole raggiungere. Sono stati inoltre effettuati vari test per misurare l'efficacia dell'artefatto ludico, da cui sono state tratte le opportune valutazioni sull'efficacia comunicativa e sui possibili sviluppi futuri.

4 PROGETTO

Come visto attraverso le precedenti analisi e le varie teorie di classificazione psicologiche (MBTI e Big Five) nel capitolo 1, le differenze tra estroversione e introversione sono numerose, e se prendiamo come riferimento i due tipi ideali di estroversione ed introversione, possiamo vedere come essi siano del tutto antitetici. Nel mondo reale però, come diceva Jung (1921), i tipi puri non esistono, e insieme ad altri fattori contribuiscono a creare il carattere di una persona.

Dato l'atteggiamento predominante nella nostra società volto a favorire l'ideale estroverso (capitolo 2.4), il tipo introverso soffre di una sorta di svilimento nella sua figura, essendo visto come un tratto negativo e sfavorito. Nessuno dei due tratti in realtà, dal punto di vista psicologico, è favorito o meno, ma semplicemente operano su due livelli diversi. Un tipo è ritenuto più istintivo mentre l'altro più calcolatore, uno più espansivo nei rapporti, l'altro più freddo, uno più adatto a situazioni sociali, uno più adatto a situazioni solitarie. Queste, solo alcune delle tante piccole differenze, sono la principale motivazione di incomprendimento tra i due tipi psicologici.

Nasce così *Verso la Bottega*, con l'intento quindi di permettere sia a introversi che a estroversi di ritrovarsi nei panni altrui e cercare di empatizzare sulle varie reazioni, cercando di far comprendere le differenti visioni del mondo che i due tipi psicologici hanno.

4.1 OBIETTIVI DI DESIGN

Verso la Bottega nasce quindi da una volontà di sensibilizzare sull'argomento legato all'introversione e all'estroversione. Sebbene questi due termini, al di là delle caratteristiche più scientifiche, siano di comune utilizzo e siano più o meno chiari a tutti quando utilizzati nel linguaggio di tutti i giorni, spesso ci si dimentica del meccanismo mentale e del processo di pensiero retrostante.

Uno degli elementi su cui mi sono basato nella creazione del progetto è stato anche il diverso livello di energia che i due tipi utilizzano, una costante descrittiva per quasi tutte le teorie psicologiche analizzate. Allo stesso modo la diversa percezione del medesimo elemento o ostacolo e il diverso atteggiamento mentale hanno contribuito al processo. Estroversi e introversi hanno bisogni diversi e livelli di stimoli diversi, questo influisce fortemente sui loro livelli di energia nell'affrontare le sfide di tutti i giorni. Queste diverse necessità portano al crearsi di situazioni di difficoltà comunicativa, poiché medesime situazioni vengono interpretate e risolte con due azioni completamente diverse, se non opposte, a seconda del carattere di chi la affronta.

Il progetto quindi si pone l'obiettivo di portare alla luce i diversi atteggiamenti e le diverse predisposizioni di introversi ed estroversi nella vita di tutti i giorni, permettendo al giocatore di venire a conoscenza di quelli che sono i livelli di energia ai quali sottostanno i due tipi psicologici. Ad ogni modo, nonostante nei capitoli 2.4 e 2.5 abbia descritto l'ideale di estroversione e la peer pressure derivata da questo ideale e applicata sulla popolazione introversa, nel gioco ho preferito non inserire nessun elemento a favore di un tipo o un altro, per mantenere il più neutro possibile il gioco e cercare di non influire sul giudizio che i giocatori avranno sui due tratti psicologici.

4.2 TIPOLOGIA DI GIOCO

La tipologia di gioco che si è scelta per questo progetto è quella dei cosiddetti “dungeon crawler”. Questo genere di giochi di solito si concentra sull’esplorazione di un percorso sempre diverso, strutturato come una sorta di labirinto, in cui via via si hanno situazioni ed eventi, come l’affrontare mostri e raccogliere tesori. La tipologia prende spunto dai più classici giochi di ruolo, come Dungeons & Dragons, con diversi personaggi e con diverse abilità specifiche.

In questi giochi solitamente i giocatori fanno affidamento su un personaggio fortemente caratterizzato e specializzato ed iniziano con un set di azioni e oggetti limitato. L’esplorazione continua degli ambienti generati a caso, così come le ricompense, permette l’avanzamento verso l’obiettivo, comunemente protetto da quello che viene generalmente chiamato “boss”.

Questo tipo di giochi, per quanto riguarda la parte digitale, sono l’evoluzione dei primissimi MUD (Massive-User Dungeon o Multi-User Dungeon), sui quali Bartle ha caratterizzato la sua analisi dei tipi di giocatori (capitolo 3.8). All’inizio questo tipo di giochi non avevano grafica o elementi visuali, ma erano caratterizzati solamente da informazioni di tipo testuale, dato il livello tecnologico dell’epoca. Erano quindi delle versioni digitali dei più complessi e comuni

Fig. 4.1
Una schermata di
Diablo, Blizzard, 1996



giochi di ruolo tradizionali, Dungeons & Dragons, come già accennato, è una sorta di dungeon crawler.

Di dungeon crawler ormai ne esistono tantissimi, non più solamente testuali come i primi MUD o complicati come Dungeons & Dragons. Alcuni esempi di dungeon crawler più recenti possono essere Ultima (1980) (Fig, Diablo (1996) e The Binding of Isaac (2011), mentre fuori dal comparto videoludico possiamo trovare Shadows of Brimstone (2014) e Gloomhaven (2017), solo per citarne alcuni.

Fig.4.2
Una schermata di Ultima Online, Origin Systems Inc, 1997

Fig.4.3
Una schermata di The Binding of Isaac, Edmund McMillen & Florian Himsl, 2011



Proprio questa diversità di abilità che può caratterizzare i personaggi, e il continuo susseguirsi di incontri ed eventi, lo rendono la tipologia più adatta per mostrare le varie reazioni di fronte alle più svariate situazioni. Costruendo diversi personaggi con diverse tipologie psicologiche, in particolare estroversione e introversione, si possono così sostituire ai classici incontri casuali di mostri, situazioni diverse. Queste situazioni sono più simili alla vita di tutti i giorni e legate principalmente alle reazioni che queste due tipologie possono ritrovarsi ad avere in determinati contesti, rendendo così esplicito il meccanismo che sta dietro specifiche scelte.

Fig. 4.4
Momenti di
una partita di
Gloomhaven, Isaac
Childres, 2017

Fig. 4.5
Una versione da
tavola di Dungeons
& Dragons, Wizards
of the Coast, 2011



4.3 TELENDAR

Verso la Bottega prende ispirazione da vari elementi dei dungeon crawler, ma principalmente dal gioco Telendar creato da Cristian Piovano. Il gioco è presenta elementi classici dei dungeon crawler, come la plancia di gioco composta da tessere, in modo da rendere ogni nuova partita su un terreno virtualmente diverso. Il contesto di gioco e i personaggi interpretati dai giocatori riprendono direttamente dalle più classiche ambientazioni in stile fantasy. Oltre alla plancia di gioco che si costituisce in maniera casuale ogni volta, anche incontri di mostri e ricompense sono distribuiti in maniera del tutto casuale, lasciando al giocatore poco spazio di manovra sulle proprie scelte, come ad esempio la direzione in cui andare, se affrontare o meno un mostro-evento o come spendere i propri soldi.

Ogni giocatore, al suo turno, può muoversi di una casella, scoprendola, se ancora capovolta, e affrontando l'evento pescato dall'omonimo mazzo. Questo insieme di vari fattori, l'eventuale bonus/malus della casella, unito all'evento pescato, in aggiunta ad abilità e oggetti in possesso dal giocatore, crea combinazioni ben poco prevedibili e poco replicabili, dando vita a partite sempre differenti, aumentando la longevità del gioco stesso.

Anche il combattimento coi mostri-eventi è legato a numerosi fattori che si combinano tra loro. Il combattimento avviene principalmente attraverso un

Fig. 4.6
Scatola del gioco di
Telendar, Dynamix
Italia, 2010



fattore forza (fisso per l'evento e variabile per il giocatore) a cui si va a sommare il risultato del dado. Se il giocatore supera il risultato del nemico, lo sconfigge e può esigere la ricompensa.

Questo insieme di fattori a volte costrittivi e obbligati, ho deciso di riprenderli nel mio progetto, per enfatizzare il concetto di azioni e incontri obbligati all'interno della vita di tutti i giorni. Questi eventi infatti possono essere di varia natura, a noi ostili o a noi favorevoli, ma a cui nessuno si può sottrarre.

Fig. 4.7
Panoramica dell'area
di gioco di Telendar



4.4 DESTINATARI

L'obiettivo del progetto è quello di sensibilizzare sull'argomento e sulle diverse visioni del mondo dei due tipi psicologici, senza dare giudizi di alcun tipo in merito alla preferenza o meno di uno dei due tratti, come già visto, nessuno dei due tipi psicologici è preferibile ad un altro, al contrario del pensiero comune e dell'ideale di estroversione imperante (capitolo 2.4). Il gioco cerca di sensibilizzare ad una visione più empatica del tratto opposto al proprio, senza prendere in considerazione sesso, età o status sociale del soggetto a cui si rivolge. Esso si rivolge principalmente ad un target di persone considerate per lo più estroverse, molto più propense ad essere all'oscuro del problema, per il semplice fatto di essere in maggioranza nella società e in linea con l'ideale estroverso comunitario.

I partecipanti in genere, introversi ed estroversi, è meglio che abbiano avuto a che fare con individui del tipo opposto, e che con questi individui siano nate delle incomprensioni a causa delle diverse reazioni ad un evento. Questo è uno scenario tipico abbastanza comune, chiunque infatti si è molto probabilmente trovato in situazioni del genere.

La giocabilità non è assolutamente esclusa per le persone introversi, le quali possono giovare anche loro di un approccio differente ed una visione diversa dello stesso problema, e riuscire a capire meglio l'altro tipo.

Per quanto riguarda l'età, si considera per lo più un target sopra ai venti anni, che abbiano quindi già affrontato diverse esperienze di vita e siano ormai formati dal punto di vista psicologico e del carattere.

4.5 AMBIENTAZIONE E CONTESTO

In *Verso la Bottega* i giocatori rivestono i panni di quattro giovanissimi ragazzi, ormai giunti all'età per lavorare e pronti ad imparare un mestiere facendosi assumere in una bottega della propria città. Questi ragazzi, alcuni introversi e altri estroversi, devono esplorare la città, affrontando le situazioni che gli si presentano davanti, cercando di gestire i propri livelli di energia mentre cercano oggetti e abilità necessarie a farsi prendere come apprendista in bottega. Durante il loro breve viaggio per raggiungere l'obiettivo, avranno modo di imbattersi in numerose situazioni a volte congeniali al proprio carattere e a volte meno.

Il contesto narrativo in cui ha evento il progetto è legato al Rinascimento italiano. Questa ambientazione è stata scelta per ovviare ai problemi che avrebbe generato un'ambientazione legata ai giorni nostri, liberando quindi dalle difficoltà che abbiamo tutti i giorni e ripensandole ad altri tempi, in contesti meno caotici e più semplici. Il Rinascimento a cui si fa riferimento è sì quello italiano, ma idealizzato nei contenuti, ed utilizzato principalmente come tema visivo, per non aggiungere difficoltà comunicativa. Trovano quindi posto elementi dal chiaro rimando rinascimentale accostati ad elementi a tratti anacronistici, come ad esempio la descrizione di alcuni eventi nel gioco, e la grafica a tratti moderna e iconografica.

Il gioco è quindi ambientato in un paese non meglio precisato del tardo Rinascimento, in una città inventata e sempre cangiante. La grafica si rifà quindi ad un ideale di Rinascimento che prende a modello le più importanti città del Rinascimento toscano, come Firenze, Siena e Lucca, accostandosi ad altri elementi più visionari dell'era rinascimentale, come si può vedere nei due quadri de "*La città ideale*" e alcuni più rurali e più poveri.

Fig. 4.10
Moodboard per
l'ambientazione



Lo stile grafico quindi mischia elementi di grafica vettoriale e tinte piatte ed elementi più legati ad un immaginario pittorico. Pur tracciando una linea guida per l'aspetto visivo del gioco, progettare in maniera completa è un lavoro vasto, che si colloca nei futuri sviluppi. Nell'elaborato quindi mi sono concentrato principalmente sulle meccaniche e l'efficacia comunicativa, dando uno spunto visivo per migliorare il coinvolgimento del giocatore.

*Fig. 4.11
Moodboard per
l'ambientazione*



4.6 GAMEPLAY

Ad inizio partita di *Verso la Bottega* ogni giocatore parte con una situazione simile agli altri giocatori, tranne che per due tratti del personaggio: la propria introversione o estroversione e l'abilità specifica legata al personaggio scelto.

L'area di partenza è sempre la stessa e uguale per tutti i giocatori. Essi partono dalla Piazza Mercato, fissa al centro dell'area di gioco per evitare squilibri, e sono liberi di esplorare la città come più preferiscono. Il loro obiettivo gli viene attribuito a caso, pescando la carta omonima e tutti partono con il massimo dell'energia e la stessa quantità di denaro.

Le fasi di gioco sono abbastanza semplici da ricordare ed un turno si struttura in:

- Movimento verso una casella adiacente
- Estrazione di una Carta Evento (tranne nella Piazza Mercato)
- Combattimento della situazione proposta nella Carta Evento.

Altre azioni sono possibili in determinate aree di gioco:

- L'acquisto, la vendita e lo scambio di oggetti in Piazza Mercato.
- La ricarica dell'energia al Pub o al Parco
- La sfida finale alle Botteghe.

Queste azioni sono ricordate al giocatore attraverso delle piccole schede riassuntive.

Come già esposto, lo scopo finale dei giocatori è quello di accumulare gli oggetti necessari per provare a superare la sfida finale alle botteghe e vincerla per farsi assumere e completare il gioco. Ogni turno si presenta al giocatore con un evento diverso a cui non può in nessun modo sottrarsi, e che deve affrontare con tutti i bonus e malus della situazione, data da un insieme di fattori, insieme al lancio di un dado, ma il cui principale peso è dato al tratto di introversione o estroversione del personaggio, che ricopre il ruolo più pesante insieme all'energia.

L'andamento del gioco è ben descritto tramite il diagramma di flusso in figura 4.12.

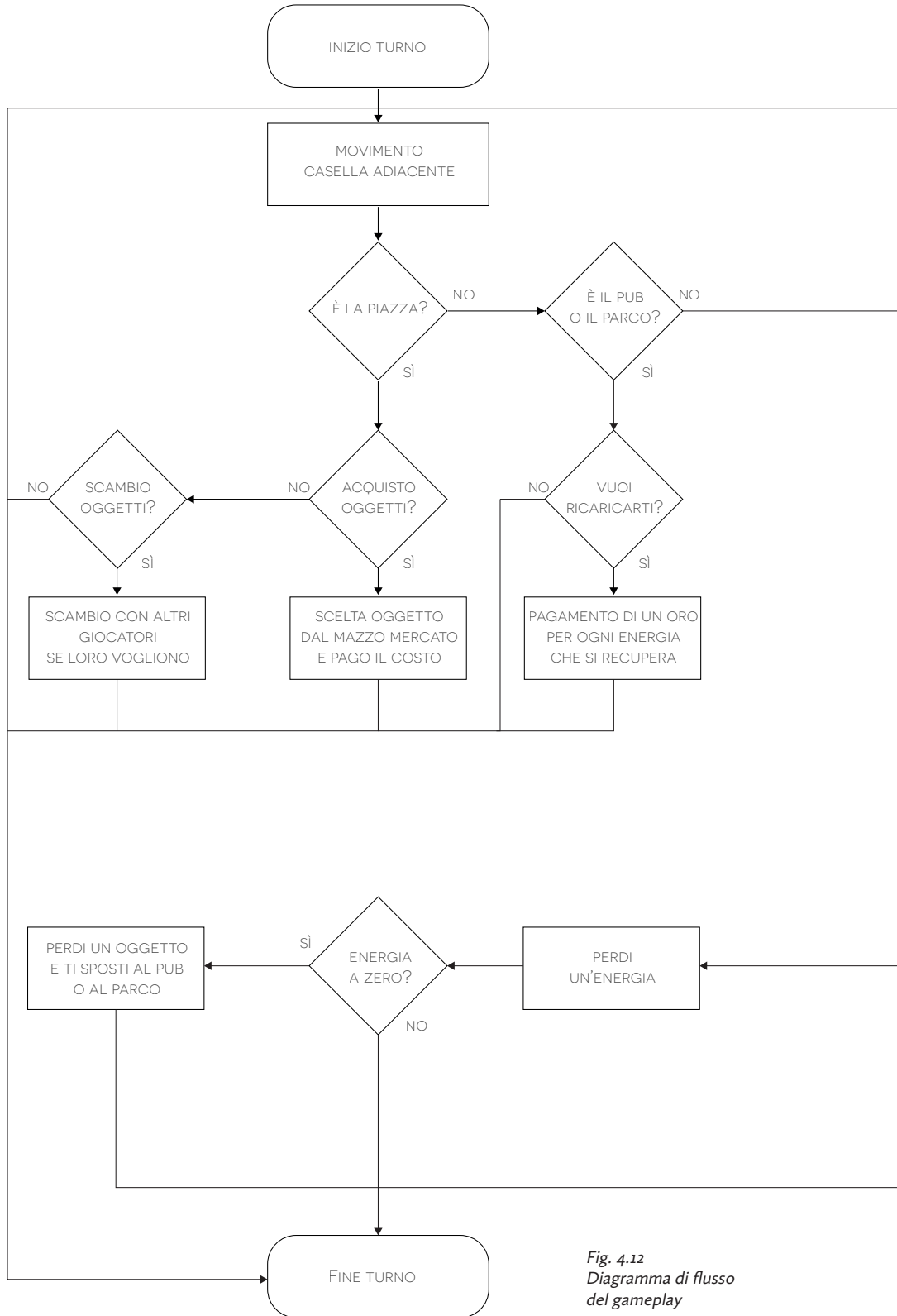
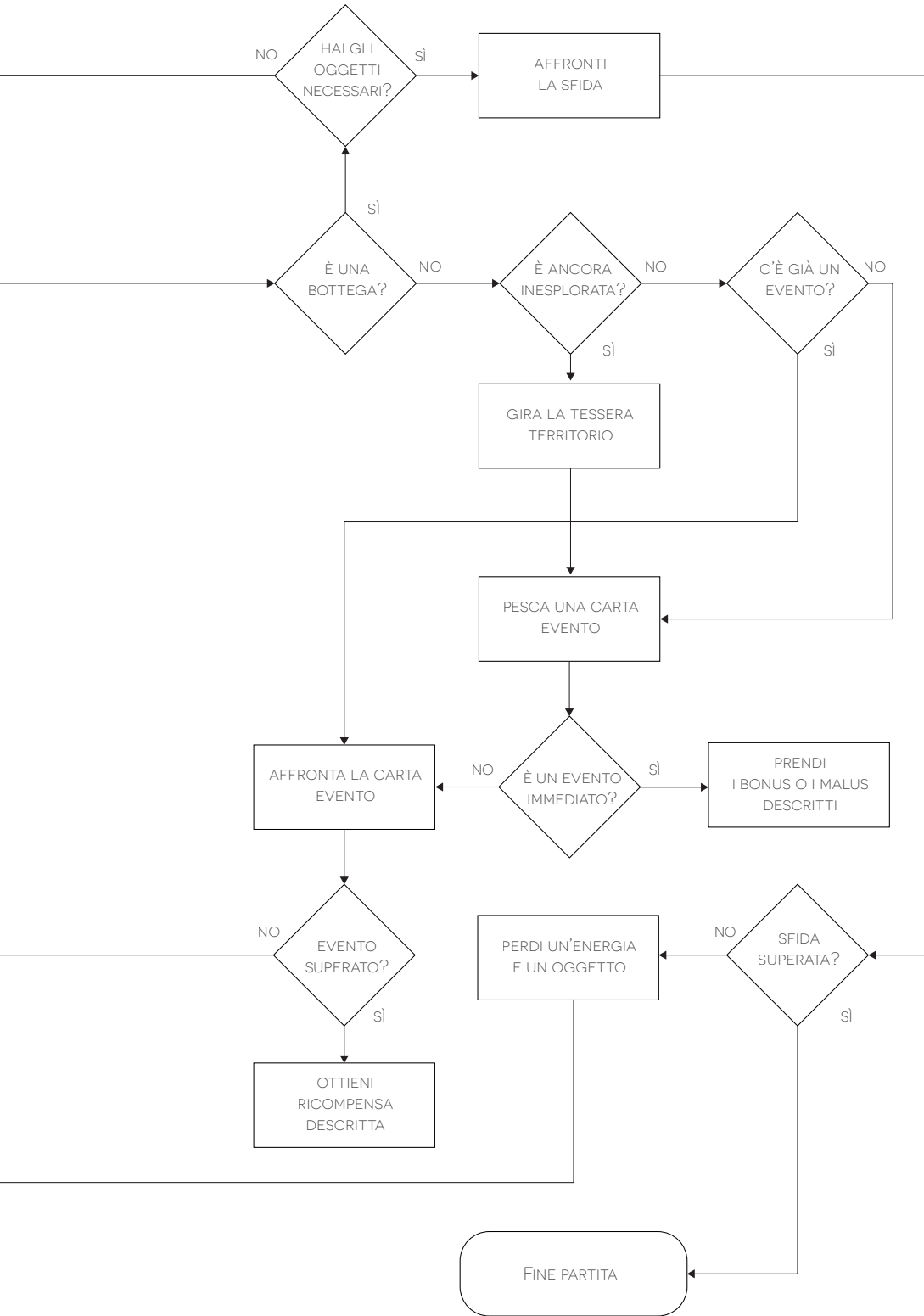


Fig. 4.12
Diagramma di flusso
del gameplay



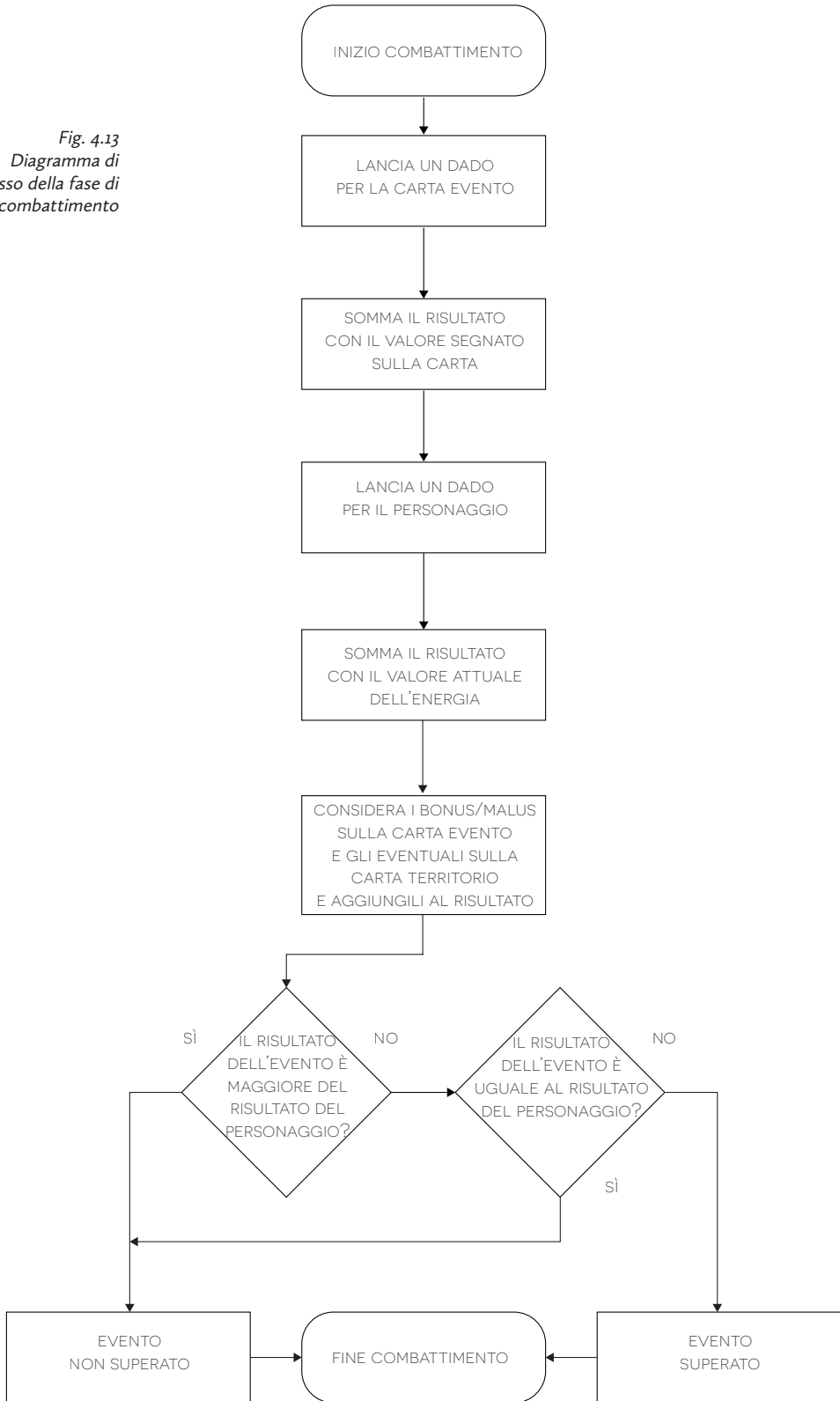
La struttura del combattimento dell'evento è determinata dal valore riportato sulla carta più il lancio di un dado. Il risultato di questa somma si scontra poi con il valore dell'energia del giocatore più il lancio di un dado. Il valore più alto tra i due segna la sconfitta o meno del giocatore, che può quindi reclamare la sua ricompensa descritta nella carta evento oppure perde una tacca di energia. Gli eventi non superati rimangono sulla casella in cui sono stati pescati, e chiunque successivamente passi di lì sarà costretto ad affrontare tale situazione.

Il diagramma di come si sviluppa la fase di combattimento è ben evidenziata nella figura 4.13

Per vincere la partita il giocatore deve arrivare alla bottega prefissata dall'obiettivo che ha, con almeno un oggetto a tre stelle e uno a una stella, oppure un oggetto a due stelle e due da una stella. Con questi oggetti può quindi arrivare sulla Casella Territorio Bottega e provare a superare l'ultima prova. Il combattimento si svolge nello stesso identico modo degli altri eventi, con la sola differenza che, in caso di sconfitta, si perde anche un oggetto a una stella, oltre che un'energia.

La durata della partita è di circa quarantacinque minuti, con un inizio più lento rispetto al procedere successivo della partita. La durata totale può essere influenzata aumentando il numero di oggetti inutili come ricompense, o il numero di caselle da cui è composta la città da esplorare.

Fig. 4.13
Diagramma di
flusso della fase di
combattimento



4.7 COMPONENTI DI GIOCO

Il gioco è caratterizzato da vari componenti, nello specifico:

PLANCIA PERSONAGGIO

La plancia personaggio è il luogo dove il giocatore tiene traccia dell'energia rimasta, dell'abilità unica del personaggio stesso, e dove gli viene ricordato tramite un simbolino, se il suo personaggio è introverso o estroverso.

Ogni plancia personaggio è doppia, in modo che il giocatore possa scegliere se interpretare un personaggio maschile o femminile. A parte questo, il resto delle caratteristiche rimane invariato.

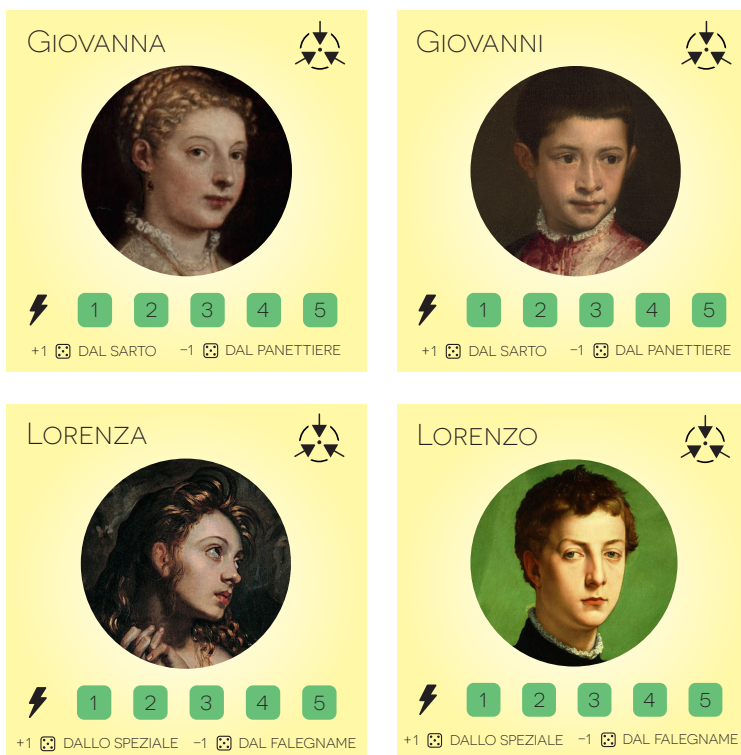


Fig. 4.14
Due Plance
Personaggio, avanti
e retro

TESSERE TERRITORIO

L'area di gioco su cui si muovono i personaggi è composta da 25 tessere, liberamente disponibili in un'area di 5 x 5 tessere, ad eccezione di alcune particolari, rappresentate dalla Piazza Mercato, il Pub e il Parco, che sono sempre insieme e disposte al centro, e delle quattro botteghe, sempre disposte agli angoli dell'area di gioco.

Ogni tessera di gioco, tranne le tre centrali, sarà ad inizio partita nascosta, rendendo ogni giocata diversa dalla precedente e donandole un tratto casuale e di mistero.

Fig. 4.15
Alcune Tessere
Territorio



CARTE EVENTO

Le carte evento sono le carte attorno al quale si svolge l'intera narrazione del gioco. Esse raccontano con un breve nome la situazione in cui i personaggi si imbattono.

Ognicarta, oltre alla situazione che la descrive, è caratterizzata da un valore forza, a cui va sommato il valore del dado, oltre al corrispettivo bonus o malus a seconda che la situazione sia più congeniale ad un tipo introverso o a uno estroverso. Infine è descritta la ricompensa in caso di vittoria.



Fig. 4.16
Due Carte Evento,
fronte e retro

CARTE OGGETTO E OGGETTO MERCATO

Le carte oggetto sono le carte che sono necessarie per il fine ultimo del gioco. Ogni tipo di oggetto può essere ottenuto tramite ricompensa, e solo quelli da una stella e da tre stelle, sono disponibili all'acquisto in Piazza Mercato, in quantità limitate.

Ogni carta reca in basso a destra il prezzo a cui il giocatore può vendere l'oggetto. L'unica differenza tra le carte oggetto normali e le carte oggetto mercato sta nel fatto che le carte mercato in basso a sinistra recano anche il prezzo d'acquisto. Ai fini dell'obiettivo di gioco, esse non hanno alcuna differenza.

Fig. 4.17
Alcune Carte
Oggetto, fronte e
retro



4.8 EFFICACIA COMUNICATIVA

Per verificare l'efficacia del gioco ed il suo funzionamento, sono stati effettuati dei playtest durante il suo sviluppo, al fine di bilanciare ogni aspetto del gioco, dal numero di carte, alla difficoltà degli eventi. Oltre a questi playtest, successivamente, sono stati effettuati altre sessioni di gioco volte a valutare l'efficacia comunicativa dell'artefatto e il livello di persuasione del messaggio sull'argomento trattato.

I primi playtest sono quindi stati svolti in assenza di ambientazione, mostrando solo le meccaniche pure del gioco, per constatare il corretto funzionamento delle meccaniche stesse e per valutare quanto fossero chiare ai giocatori. In questa fase le carte oggetto erano troppe e difficilmente recuperabili, rendendo la partita molto lunga e troppo frustrante per i giocatori. Nella seconda fase dei playtest è stata inserita una prima ambientazione, aumentando il coinvolgimento dei giocatori all'interno dell'artefatto, cosa che prima con solo le meccaniche ed un vago riferimento alla tematica, poco riuscivano ad essere trascinati. In questa seconda fase ho rivisto alcune meccaniche, bilanciando il numero di oggetti totali, eliminando degli oggetti inutili e lasciando solo quelli strettamente legati agli obiettivi finali. In questo modo la partita è risultata molto più scorrevole e meno frustrante. In questa fase si è cominciato a valutare l'efficacia comunicativa del gioco nel trasmettere il messaggio.

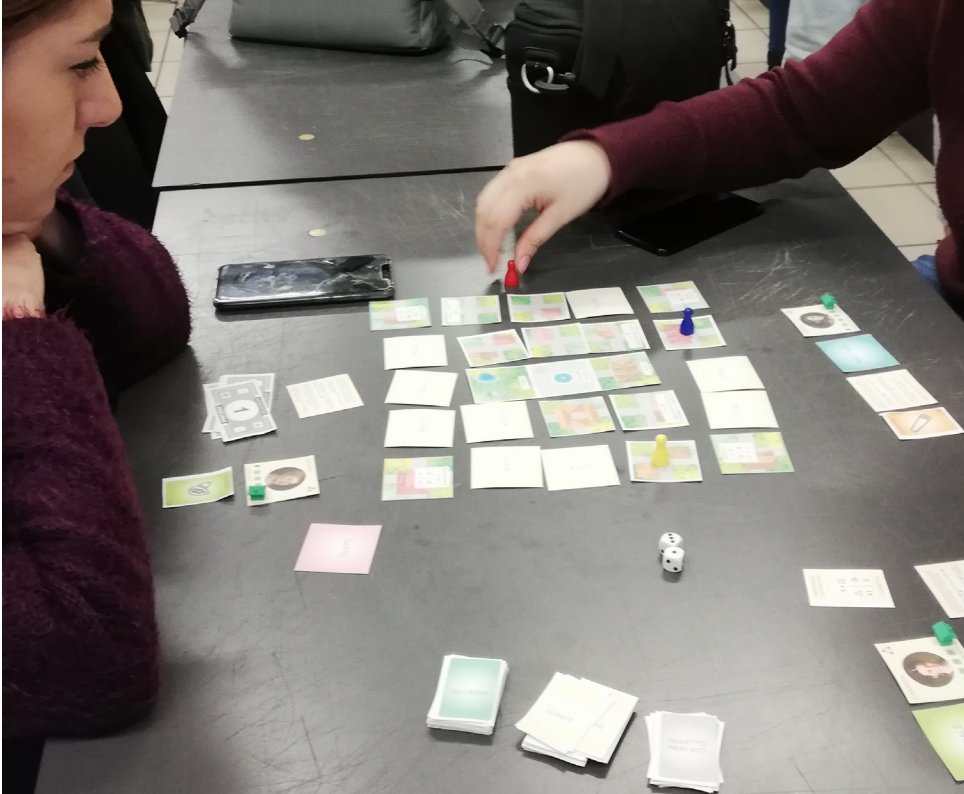
*Fig. 4.20
Una foto di una delle
partite di analisi
comunicativa*



Le ultime fasi dei playtest quindi si sono concentrate sulla capacità comunicativa dell'artefatto ludico, senza più considerare le meccaniche ormai date per funzionanti. Queste ultime partite sono state effettuate su una versione quasi definitiva del gioco, accompagnati da un questionario appositamente progettato per questo genere di valutazioni, sviluppato all'interno del gruppo di Game Research di ImagisLab del Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, da Maresa Bertolo e Ilaria Mariani, con il contributo del professor Alan Mattiassi. L'uso di questo genere di questionari è stato molto importante al fine di raccogliere in maniera il più possibile standardizzata i dati da analizzare. (Fig.4.21 e 4.22)

Il prototipo è stato giocato da una ventina di persone, e nel complesso i risultati sono stati positivi. Gran parte dei giocatori avrebbe voluto rigiocarci e nessuno dei due tipi, introverso ed estroverso, si sono trovati in difficoltà con le meccaniche di gioco, né con l'argomento.

Fig. 4.21
Una foto di un momento di una partita di analisi comunicativa



Il gioco è stato provato ovviamente sia da introversi che da estroversi, con una piccola maggioranza di persone estroverse, in linea con la distribuzione dell'incidenza dei due tipi nella popolazione visti nel capitolo 2.

In generale il gioco è stato ben apprezzato e recepito dai giocatori. La tematica è venuta fuori solo in un secondo momento, dopo la partita, dando vita spesso a delle piccole discussioni attorno all'argomento, dando quindi per raggiunti gli obiettivi comunicativi prefissati.

*Fig. 4.22
Un momento post
partita durante
la compilazione
del questionario
di valutazione
di valutazione
comunicativa*



4.9 FUTURI SVILUPPI

Al momento della stesura di questa tesi il gioco è pensato per quattro giocatori, con quattro obiettivi ben definiti e obbligati e con delle meccaniche molto semplici. Poiché il messaggio comunicativo e persuasivo alla base risulta leggermente debole, prima di tutto bisogna ricalcolare le dinamiche di comunicazione dello stesso, aumentando leggermente la presenza diretta del messaggio, e riducendo di poco l'approccio stealth.

Per quanto riguarda la possibile evoluzione del gioco, alcuni giocatori avrebbero preferito una partita più lunga, facilmente attuabile ampliando l'area di gioco, aggiungendo una o due righe e colonne alla plancia. Un altro possibile sviluppo è quello di allargare le professioni disponibili, aggiungendo ulteriori botteghe, ed un sistema che possa aiutare i giocatori a svincolarsi dal proprio obiettivo di partita, potendolo cambiare, dando così ai giocatori più margine di azione. Un altro modo può essere quello di aggiungere eventi più difficili, o una maggiore disponibilità di carte oggetto, magari anche del tutto inutili al fine ultimo del gioco. Per aumentare ulteriormente la comunicazione del messaggio, si può pensare di introdurre nel gioco un sistema di "maschere" sociali, con i loro bonus e malus, che possono aiutare i giocatori in alcune situazioni, ben in linea con il concetto di finzione esposto nel capitolo 2.1, in questo modo la tematica potrebbe ulteriormente beneficiarne risultando più diretta nel messaggio.

Infine, considerato la naturale nascita di una discussione attorno alla tematica a fine partita, potrebbe essere interessante instaurare una discussione guidata sulla tematica, al fine di far approfondire l'argomento ai giocatori e sensibilizzarli in modo critico sulla tematica.

A

**APPENDICE
CASI STUDIO**

A.1 TELENDAR

DESIGNER

Cristian Piovano

ANNO

2010

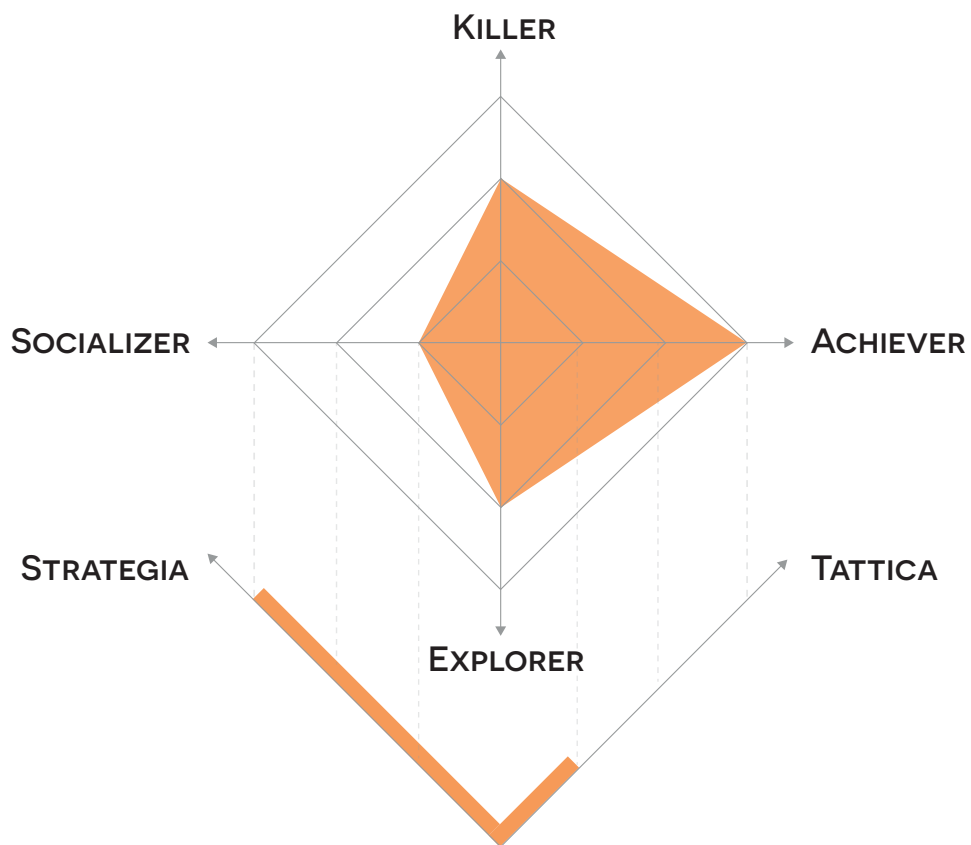
GIOCATORI

1-6

TIPO

Board game, dungeon crawler

TELENDAR



Telendar si presenta come un gioco molto vasto, in un'ambientazione fantasy, con un re malato per colpa di una maledizione. I giocatori devono quindi chiudere la Porta del Male e salvare il regno.

Il gioco è contraddistinto da numerose meccaniche, oggetti e situazioni da affrontare. La particolarità sta nel fatto di poter essere giocato anche in singolo, senza perdere per questo in coinvolgimento. La condizione di vittoria può essere soddisfatta attraverso diverse strategie ugualmente efficaci e non è strettamente necessaria la collaborazione fra giocatori.

Una descrizione più accurata si può trovare nel capitolo 4.3.

Fig. A.1 e A.2
Scatola del gioco e
dettaglio dell'area
di gioco di Telendar,
Dynamix Italia, 2010



A.2 INTROVERSION: A PARTY GAME

DESIGNER

Joseph Rossi & Chris Dilday

ANNO

2014

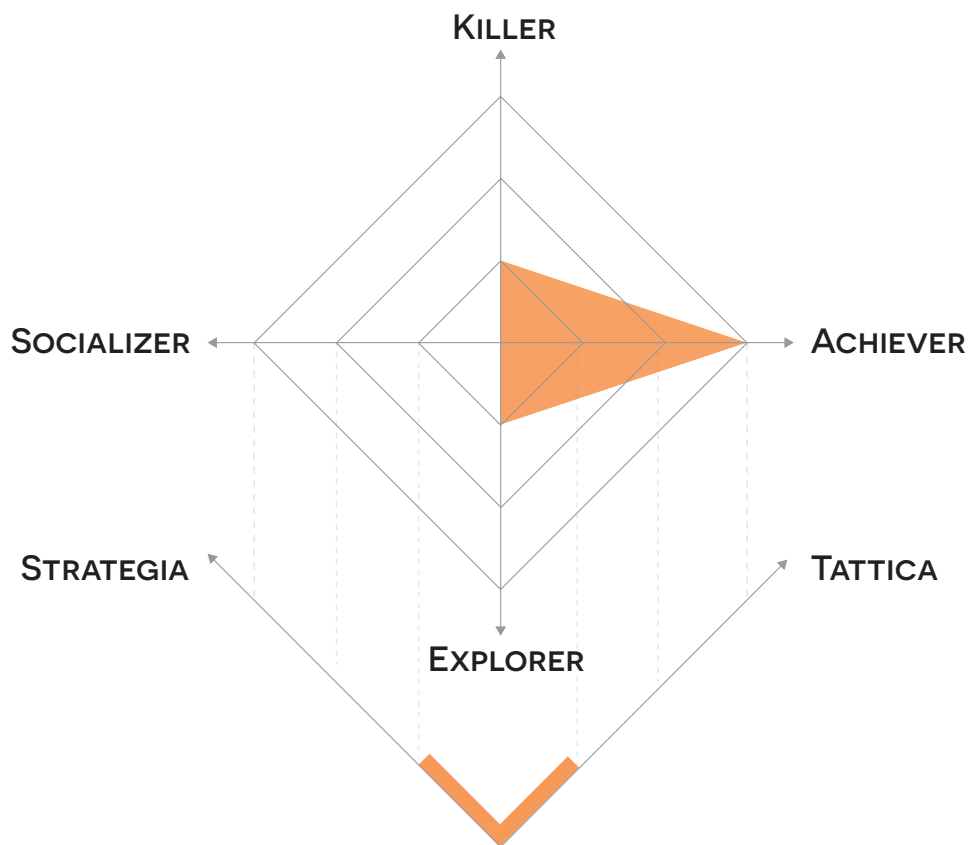
GIOCATORI

1

TIPO

Videogame

INTROVERSION: A PARTY GAME



Il gioco si presenta con una grafica molto rudimentale e l'ambientazione è una semplice festa. Il personaggio del giocatore, introverso, deve decidere se affrontare la situazione della festa e parlare con gli altri invitati, oppure fantasticare nella propria mente per evitare il contatto sociale.

Il gioco è particolare per il muoversi su due livelli contraddistinti: quello della festa e quello della mente del personaggio.

Fig. A.3 e A.4
Due schermate di
Introversion: a party
game, Joseph Rossi &
Chris Dilday, 2014



A.3 SOCIAL CATERPILLAR

DESIGNER

Merlandese

ANNO

2013

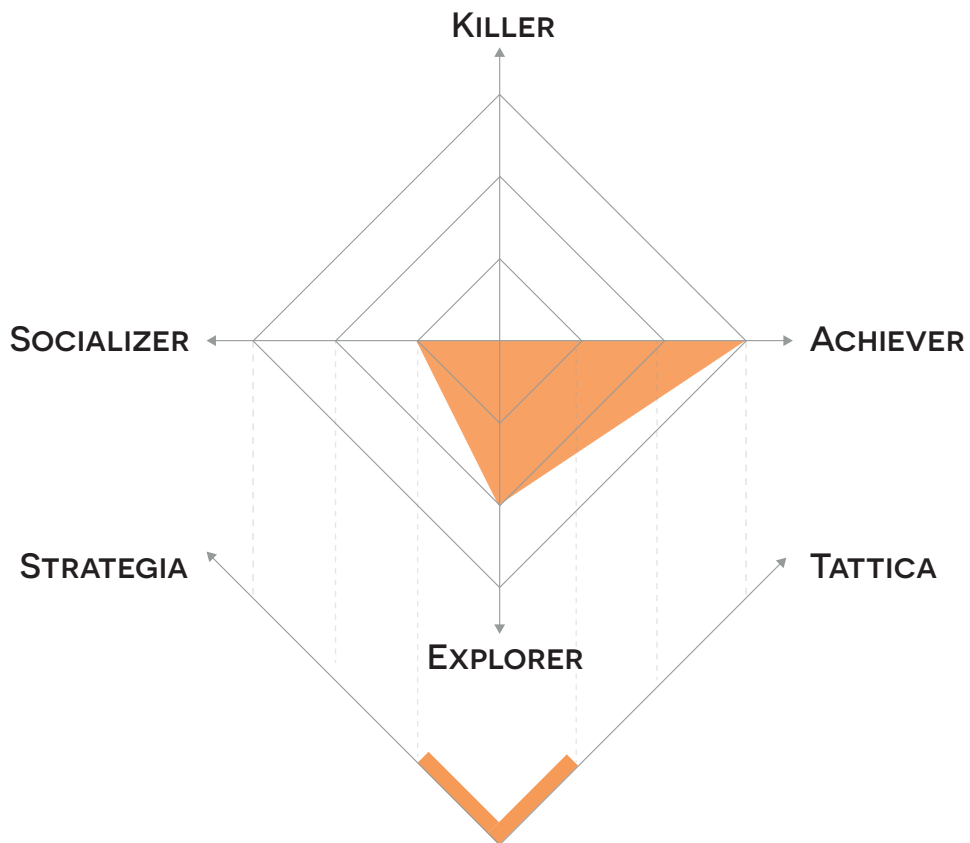
GIOCATORI

1

TIPO

Videogame

SOCIAL CATERPILLAR



Il gioco è ambientato in una giornata tipica di un introverso, e lo scopo ultimo è di socializzare e mettere in evidenza le difficoltà che si possono avere nella vita di tutti i giorni in contesti del tutto ordinari. Attraverso una serie di socializzazioni il giocatore riceve man mano dei pezzi di puzzle volti a completare un quadro più grande. Un elemento importante del gioco è il livello di energia, tema importante nell'analisi dei tipi psicologici introversi ed estroversi.

Fig. A.5 e A.6
Due schermate di
Social Caterpillar,
Merlandese, 2013



A.4 TRAIN

DESIGNER

Brenda Romero

ANNO

2009

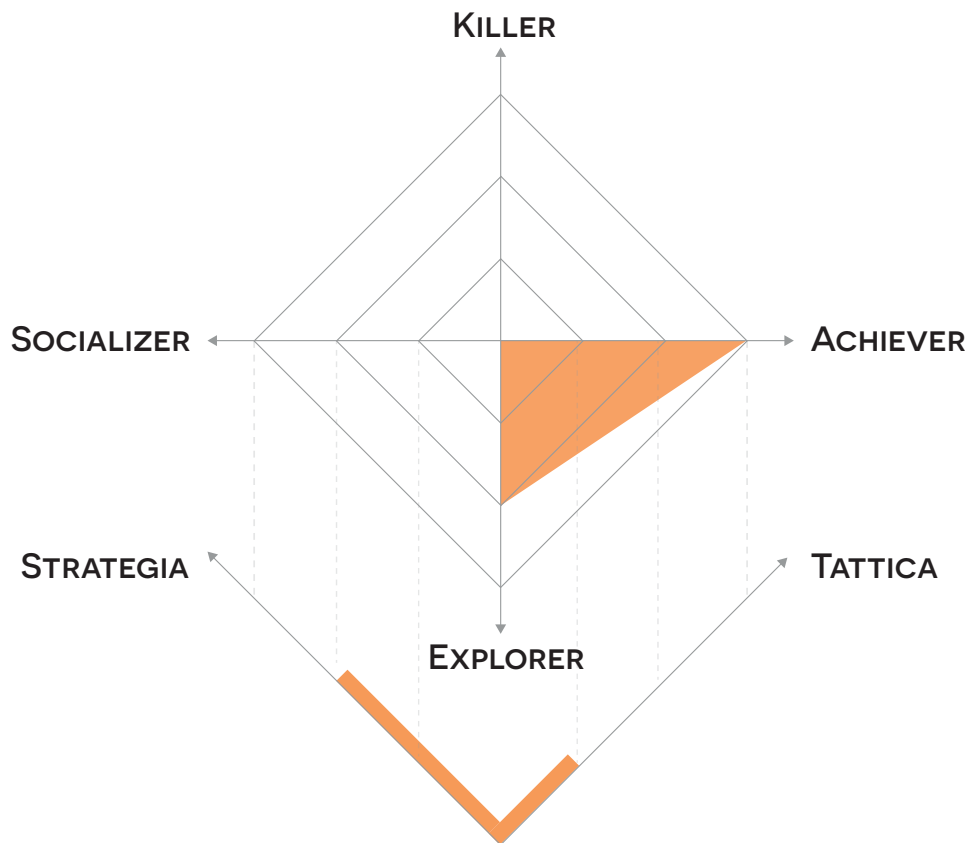
GIOCATORI

/

TIPO

Board game

TRAIN



Train è un gioco che invita a far riflettere su azioni che compiamo senza domandarci il perché. Il giocatore ha l'obiettivo primario di portare quante più persone possibili a destinazione attraverso dei treni, utilizzando qualsiasi modo possibile. A fine partita viene svelato che la destinazione dei passeggeri è un campo di concentramento, producendo sensazioni di disagio nei giocatori. Train è uno dei più classici esempi di giochi che utilizzano un approccio stealth nel comunicare il proprio messaggio.

*Fig. A.7 e A.8
Dettaglio e
panoramica dell'area
di gioco di Train,
Brenda Romero,
2009*



A.5 DIABLO (SAGA)

DESIGNER

David Brevik, Erich Schaefer, Max Schaefer, Eric Sexton, Kenneth Williams

ANNO

1996, 2000, 2012

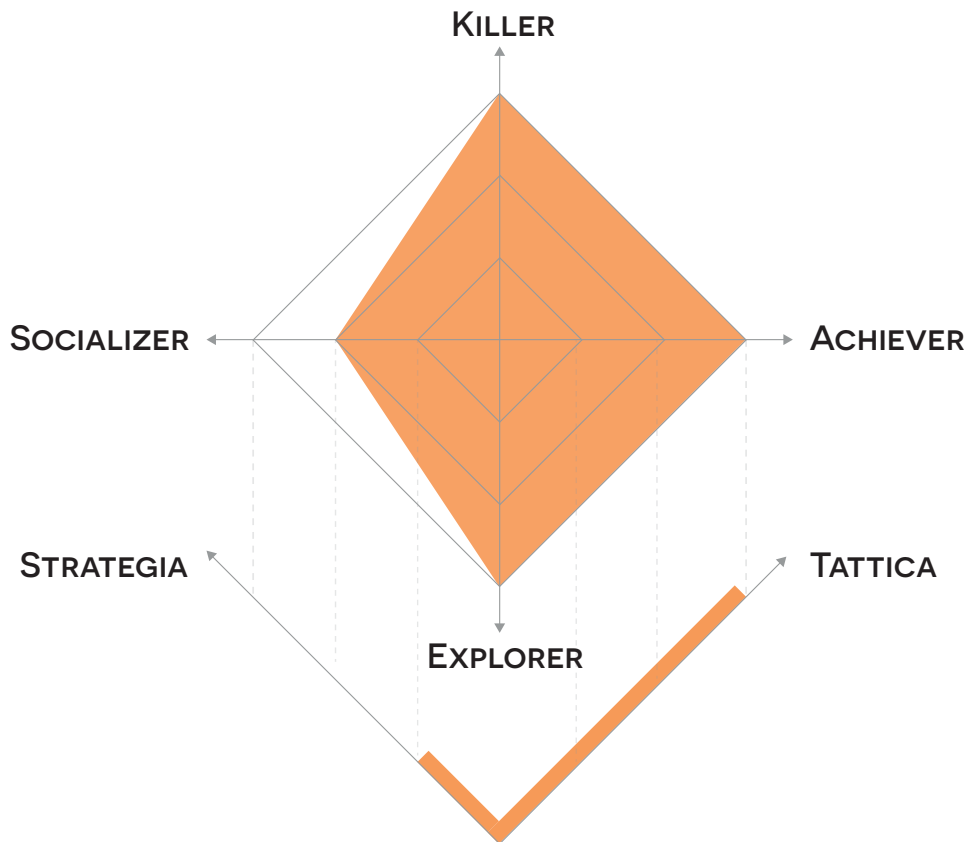
GIOCATORI

1-4

TIPO

Videogame, dungeon crawler, hack and slash

DIABLO (SAGA)



La saga di Diablo è ambientata in un mondo fantastico minacciato dal re degli Inferi Diablo. Il giocatore impersona uno dei vari personaggi selezionabili e personalizzabili e appartenenti ad una classe, come nei più classici dungeon crawler.

L'intero sistema di ricompense e di generazione dei mostri e degli scenari è completamente casuale, salvo poche e uniche eccezioni. In questo modo il gioco risulta avere una rigiocabilità particolarmente elevata, magari per trovare l'oggetto perfetto, un mostro raro o uno scenario segreto.



A.6 THE BINDING OF ISAAC

DESIGNER

Edmund McMillen e Florian Himsl

ANNO

2011

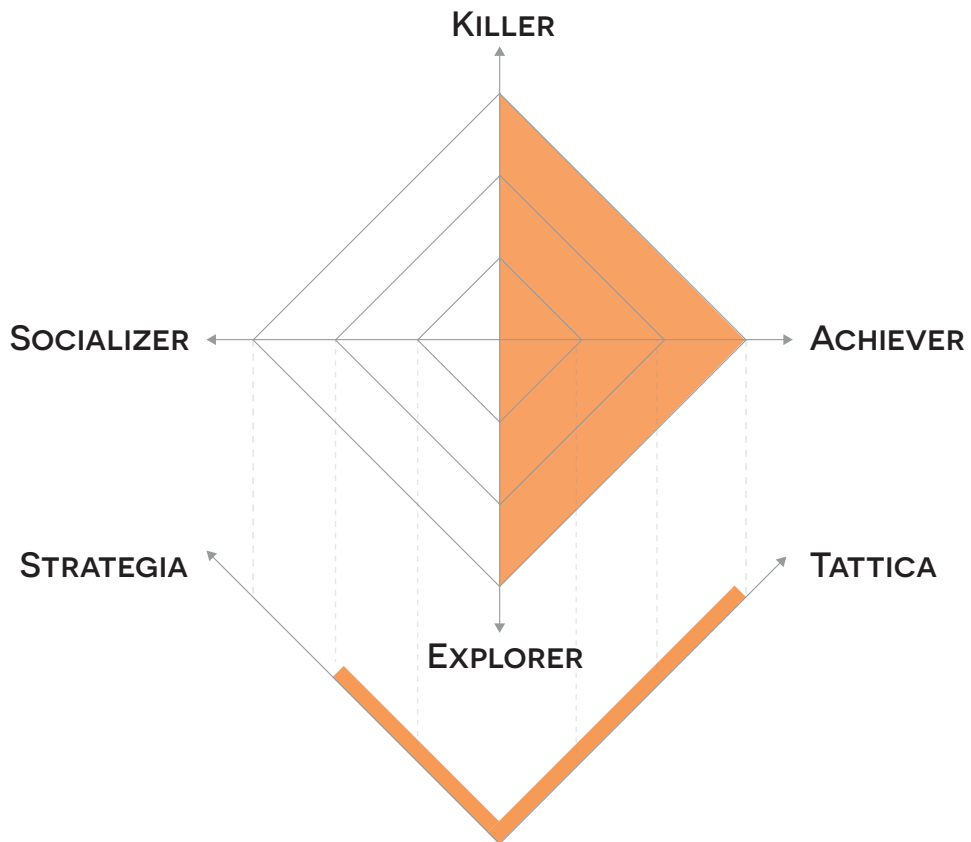
GIOCATORI

1

TIPO

Videogame, dungeon crawler, hack and slash

THE BINDING OF ISAAC



Il gioco è ambientato in uno scantinato, e via via che si procede, in ambienti sempre più buii e sotterranei. Il contesto è volutamente horror e con elementi particolarmente macabri, con rimandi a mutazioni genetiche, malattie, esperimenti e movimenti religiosi. La particolarità di *The Binding of Isaac* è la vastissima quantità di oggetti disponibili, e generati in modo casuale, così come anche gli scenari e i nemici. Alcuni oggetti o situazioni sono disponibili solo dopo aver soddisfatto situazioni a volte casuali. Questa infinita quantità di oggetti e combinazioni disponibili genera un gioco complicatissimo e con una rigiocabilità pressoché infinita.

Fig. A.11 e A.12
Due schermate di
The Binding of Isaac,
Edmund McMillen &
Florian Himsl, 2011



B

**APPENDICE
RIFERIMENTI**

BIBLIOGRAFIA

- Anolli, L., & Mantovani, F. (2011). *Come funziona la nostra mente. apprendimento, simulazione e serious games*. Bologna, Il mulino.
- Aron, E.N & Aron, A. (1997) *Sensory-processing sensitivity an its relation to introversion and emotionality*. Journal of personality and social psychology III
- Attili, G. (2011). *Psicologia sociale*. Bologna, Il Mulino.
- Bartle, R. (1996) *Hearts, clubs, diamonds, spades: players who suit muds*. <https://mud.co.uk/richard/hcdis.htm> [Accesso: Febbraio 2019]
- Berns, G. (2008) *Iconoclast: a neuroscientist reveal how to think differently*. Brighton, Harvard Business Press
- 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, MIT Press.
- Boyle, G.J. & Matthews, G. & Sklofske, D.H. (2008) *The SAGE Handbook of Personality Theory and Assessment - Personality Measurement and Testing (Volume 2)*, Thousand Oaks, SAGE Publishing
- Brown, R. (2005). *Psicologia sociale dei gruppi*. Bologna, Il mulino.
- Caillois, R. (1967). *I giochi e gli uomini*. Milano, Bompiani.
- Cain, S. (2012) *Quiet. Il potere degli introversi in un mondo che non sa smettere di parlare*. Milano, Bompiani
- Cattell, R. B. (1978). *The scientific use of Factor Analysis in Behavioral and Life Sciences*. New York and London, Plenum Press

Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal performance*. Cambridge, Cambridge University Press.

DeLamater, J. D. & Myers, D. J. & Collett, J. (2015) *Social Psychology 8th Ed.* (pp. 440-441). Wadsworth, Cengage Learning.

De Pascalis, V. (2004). *On the Psychophysiology of Extraversion*. In R. M. Stelmack (Ed.), *On the psychobiology of personality: Essays in honor of Marvin Zuckerman* – Elsevier

Depue, R. & Collins, P. (1999) – *Neurobiology of the structure of personality: dopamine, facilitation of incentive motivation and extraversion*. – Behavioral and brain science XXII 3

Dobbs, D. (2009) *The Science of Success*. <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2009/12/the-science-of-success/307761/> [Accesso: Gennaio 2019]

Dogana F. (1999) *Tipi d'oggi, profili psicologici di ordinaria bizzarria*. Firenze, Giunti.

Entertainment Software Association (2017), *Annual Report 2017*, <https://www.esaannualreport.com/full-report.html> [Accesso: marzo 2019]

Eysenck, H.J. (1981) *A model for personality*. Berlin, Springer-Verlag.

Eysenck, H.J. (1995) *Genius: a natural history of creativity*. Cambridge, Cambridge University Press.

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

Flanagan, M. & Kaufman, G. & Seidman, M. (2016) *Creating Stealth Game Interventions for Attitude and Behavior Change: An "Embedded Design" Model*. Transactions of the Digital Games Research Association, Vol. 2, No. 3 (pp. 173-193)

Flanagan, M. (2009). *Critical play: Radical game design*. Cambridge, MIT Press.

Grant, A. & Gino, F. (2010) *The Hidden Advantages of Quiet Bosses*, <https://hbr.org/2010/12/the-hidden-advantages-of-quiet-bosses> [Accesso: Gennaio 2019]

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

Jung, C.G. (1921) *Psychologische Typen*, Zurich, Rascher Verlag. [(1993) Roma, Newton Compton Editori]

Juul, J. (2005). *Half-real. Video games between real rules and fictional worlds*. Cambridge, MIT Press.

Juul, J. (2013) *The art of failure. An essay on the pain of playing video games*. Cambridge, MIT Press

Kagan J. (1994) *Galen's prophecy temperament in human nature*. Boulder, Westview Press.

Koster, R. (2005) *A theory of fun for game design*. Scottsdale, Paraglyph Press Inc

Laney, M.O. (2002) *The Introvert Advantage: How Quiet People Can Thrive in an Extrovert World*. New York, Workman Publishing Company

Little, Brian R. (2014) *Me, Myself And Us: The Science of Personality and the Art of Well-Being*. New York, PublicAffairs.

Little, Brian R. (1996) *Free traits, personal projects, and idiotapes: three tiers for personality psychology*. *Psychological Inquiry* VIII 4 (pp. 340-344)

Little, Brian R. (2000) *Free traits and personal contexts: expanding a social ecological model of well-being*, in W. Bruce Walsh, *Person-Environment Psychology: New direction and perspective*. Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates

Little, Brian R. & Maryann F. Joseph (2007) *Personal project and free traits: mutable selves and well beings*, in Little, Brian R. *Personal project pursuit: goals, action, and human flourishing*. Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates.

Maietti, M. (2004) *Semiotica dei videogiochi*. Milano, Unicopli

McCrae, R.R. & Costa, P.T. (2005) *Personality in adulthood a five-factor theory perspective*. New York, The Guilford Press.

McGonigal, J. (2011) *La realtà in gioco*. Milano, Apogeo Education.

Myers-Briggs, I. & Myers, P. (1995). *Gifts differing: Understanding personality type*. Palo Alto, Davies-Black Publishing.

Nettle, D. (2007) *Personality: what makes you the way you are*. Oxford, Oxford University Press

Nettle, D. (2006) *The evolution of personality variation in humans and other animals*. *American Psychologist* LXI 6

Rosenberg, T. (2011) *Join the Club - How Peer Pressure Can Transform the World*. London, Icon Books

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

Schell, J. (2008). *The art of game design: A book of lenses*. Boston, Elsevier.

Snyder, M. (1974) *Self-monitoring of expressive behavior*. *Journal of personality and social Psychology* XXX, 4 (pp. 526-37)

Suits, B. (2005). *The grasshopper-: Games, life and utopia*. Toronto, University of Toronto Press.

Turner, J.C. & Reynolds, K.J. (2012) *Handbook of Theories of Social Psychology: Self-Categorization Theory* (pp. 399-417). Thousand Oaks, SAGE Publishing

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.

Valentine, C.A. (1996) *Men of Anger and Men of Shame: Lakalai Ethnopsychology and Its Implications for Sociopsychological Theory – Ethnology* Vol. 2, No. 4 (Oct., 1963), (pp. 441-477) University of Pittsburgh- Of the Commonwealth System of Higher Education in David G. Winter, *Personality : analysis and interpretation of lives* . New York, McGraw-Hill Publishing.

Whyte, W. (1960) *L'uomo dell'organizzazione*. Torino, Einaudi

Wolf M. (2008) *Evolutionary emergence of responsive and unresponsive personalities*. Proceedings of the national academy of science. <https://www.pnas.org/content/105/41/15825.full> [Accesso: Gennaio 2019]

