

PRO E CONTRO FACEBOOK

“La psicologia di Internet” di Patricia Wallace

di Mario Setta

La recente nuova edizione del libro di Patricia Wallace, insegnante nel Maryland University College, offre spunti interessanti e profondi su tutta la problematica dei mezzi di comunicazione on-line. Non più Persona, ma Persona on-line; non più Homo sapiens, ma Homo sapiens digitalis. Una crescita o una diminuzione? Un oggetto che resta tale, o un oggetto che pretende di sostituire il soggetto?

Alla domanda, ormai classica di Facebook, “A cosa stai pensando?”, che pone un interrogativo fondamentale, si resta perplessi, perché la domanda proviene da un oggetto. Un oggetto creato e gestito dall'uomo, ma pur sempre oggetto. L'intelligenza artificiale. L'oggetto cerca di sostituire il soggetto, annientandolo. È interessante riflettere sul dato statistico riportato dalla indagine Ocse, pubblicata giorni fa (cfr. la Repubblica, 19 aprile) che afferma come per gli studenti italiani ci sia un uso smodato di Internet: quasi un quarto di loro (il 23,3 %, uno dei valori più alti al mondo) dichiara di trascorrere oltre sei ore al giorno su Internet e che, tra l'altro, gli studenti eccessivamente social rendono meno di coloro che usano in maniera equilibrata le risorse della rete. Identica osservazione riportata sul libro di Patricia Wallace: “Gli alunni con un uso maggiore di Internet ottenevano punteggi più bassi rispetto agli utilizzatori ‘medi’” (p. 308). Idem in uno studio condotto tra gli studenti in Brasile. Al contrario “un grande contributo che Internet fornisce allo sviluppo cognitivo è l'apprendimento online, una tendenza che è cresciuta rapidamente tra gli studenti universitari, ma che sta prendendo sempre più piede anche tra gli alunni più giovani” (p. 311).

Il libro della Wallace, più che teoria psicologica è analisi del comportamento umano, risultante da una serie infinita di casistica e di esperimenti “in corpore hominis”. Una psicologia sperimentale che si colloca tra psicologia e sociologia, funzionale agli obiettivi di interesse economico o di attività aziendali. Selezionare i vari aspetti d'una persona-online, ricorrendo agli algoritmi, diventa efficace per ogni attività di lucro. Perfino nel fenomeno dating-online (ricerca di persone e appuntamenti) che in USA è diffusissimo, sono nati siti molto frequentati (CougarLife offre “giovane stallone” per donne mature; Ashley Madison usa lo slogan “La vita è breve. Fatti una storia”).

La ricerca, approfondita e accurata, offre la descrizione di fenomeni psicologici e di comportamenti umani derivanti dall'uso di Internet, soffermando l'attenzione su una vasta gamma di problematiche: dal narcisismo alla perdita della privacy, dall'aggressività alla ricerca della simpatia, dallo sviluppo dell'identità allo sviluppo sessuale, ecc. Comunque, scrive Patricia Wallace: “Numerosi studi suggeriscono che un uso massiccio di Facebook può portare ad un aumento di sentimenti depressivi” (p. 240). C'è anche l'altruismo nella Rete. Ci sono siti per il Volontariato molto seguiti, con un salto di qualità veramente gigantesco. Il “crowdfunding” potenzia il ruolo di Internet in campo pro sociale. “La regola della reciprocità - annota Wallace - è una norma molto forte che definisce gli obblighi sociali e va a vantaggio della società nel suo complesso”. Un'attenzione particolare si ha per il problema dello sviluppo infantile e Internet: la generazione dei nativi digitali. Un dato statistico informa che nel periodo 2011-2014 il numero dei ragazzi 13-17 anni su Internet ha avuto un calo del 25%, mentre gli ultra 55 anni un balzo di oltre l'80%, e su Facebook le donne vi trascorrono maggior tempo con un numero maggiore di amici. Anche sul fattore sesso in Internet, “alcuni studi hanno riscontrato che le donne lo praticano quanto gli uomini, soprattutto quelle di mezza età...incoraggiate dagli effetti disinibitori del mondo virtuale e dal rischio ridotto” (p. 379)

In generale, si può notare che i tentativi di analizzare i mezzi di comunicazione on-line restano ancora agli esordi. Bruce Sterling, autore di fantascienza, sostiene che Internet è come Icaro, che ha cercato di volare con le ali di cera, ma muore quando il sole la scioglie. Clifford Stoll, un pioniere nella ricerca scientifica, ritiene che nella vita virtuale ci sia ben poco di utile. E Nicholas Carr che scrive un saggio dal titolo “Internet ci rende stupidi? Come la Rete sta cambiando il nostro cervello” (Cortina, Milano 2011), lamenta che siamo meno capaci di concentrare l'attenzione su qualcosa, scorrendo velocemente i testi, leggiucchiando qua e là (cfr. Wallace, p. 456).

L'atteggiamento di Patricia Wallace non è né positivo né negativo aprioristicamente, ma induce alla riflessione. Nelle considerazioni conclusive si esprime così: “La natura umana non cambia e l'Internet della prossima generazione non farà altro che fornire strumenti più efficaci per rendere miserevole la vita on-line... Considerando quanto Internet ci abbia sorpreso nei primi decenni della sua esistenza, l'unica previsione sicura è che sono in serbo per noi molte altre sorprese”.