How youth culture changes: An investigation into video games. From pathology to a search for meaning for new subjectivities

Luca Leone, Denis Mejdiaj, Francesca Dolcetti, Viviana Fini, Eleonora Amicosante, Matteo Antonini, Alfredo Arienzo, Kristian Avilloni, Donato Baiano, Lorenzo Barbizzi, Giulia Bernardini, Roberta Bernardini, Luca Bellavita, Veronica Capozzi, Agostino Carbone, Antonio Chimienti, Flavia Draghelli, Danny Guido, Maurizio Naruli, Lorenzo Ottaviani, Paola Pagano, Matteo Paoletti, Eleonora Ponzetti, Guglielmo Propersi, Rossella Roselli, Elena Russo, Simone Valentini*

Abstract

The research on video gaming, an increasingly widespread practice in today's society, continues to engage teachers, students, and SPS specialists in exploring the cultural changes that characterize contemporary coexistence. In our interventions across various settings – studios, schools, and socio-health services – we have captured the socialization potential of video games, beyond their seemingly anomic components, which are often stigmatized in social contexts. Through our research we have given gamers a voice to produce knowledge about their cultures and, in doing so, build guiding criteria for psychoanalytic intervention. Our study has shown that video gaming has represented, since the late 1970, the market's playful offering for new generations, used not only for entertainment but also to foster a sense of belonging. Furthermore, the research reveals, contrary to common belief, that through video games young people engage in a wealth of forms of aggregation – even when these assume a conflictual stance toward the adult world – and express complex emotions through play, thereby processing the ambivalence toward ongoing changes.

Keywords: isolation; belonging; new forms of sociality; technology; anomie.

---

* The whole group participated in the various phases of the research with periodic confrontations; below are the functions performed by the authors in the research. SPS commissioning group: Luca Leone, Denis Mejdiaj, Francesca Dolcetti, Viviana Fini. Interviews and focus groups were carried out by: Luca Leone, Denis Mejdiaj, Francesca Dolcetti, Eleonora Amicosante, Matteo Antonini, Alfredo Arienzo, Kristian Avilloni, Donato Baiano, Lorenzo Barbizzi, Giulia Bernardini, Roberta Bernardini, Luca Bellavita, Veronica Capozzi, Agostino Carbone, Antonio Chimienti, Flavia Draghelli, Danny Guido, Maurizio Naruli, Lorenzo Ottaviani, Paola Pagano, Matteo Paoletti, Eleonora Ponzetti, Guglielmo Propersi, Rossella Roselli, Elena Russo, Simone Valentini. Preparation of the corpus, choice of dense words and statistical data processing: Francesca Dolcetti, Matteo Antonini, Viviana Fini, Luca Leone, Denis Mejdiaj, Lorenzo Ottaviani. Drafting of the research report: Viviana Fini, Francesca Dolcetti, Kristian Avilloni, Donato Baiano, Veronica Capozzi, Danny Guido, Luca Leone, Denis Mejdiaj, Guglielmo Propersi, Lorenzo Ottaviani. E-mail: coordinamento@spsonline.it

Come cambia la cultura giovanile: Un'indagine sui videogiochi. Da patologia a ricerca di senso per nuove soggettività

Luca Leone, Denis Mejdiaj, Francesca Dolcetti, Viviana Fini, Eleonora Amicosante, Matteo Antonini, Alfredo Arienzo, Kristian Avilloni, Donato Baiano, Lorenzo Barbizzi, Giulia Bernardini, Roberta Bernardini, Luca Bellavita, Veronica Capozzi, Agostino Carbone, Antonio Chimienti, Flavia Draghelli, Danny Guido, Maurizio Naruli, Lorenzo Ottaviani, Paola Pagano, Matteo Paoletti, Eleonora Ponzetti, Guglielmo Propersi, Rossella Roselli, Elena Russo, Simone Valentini*

Abstract

La ricerca sul videogiocare, pratica sempre più diffusa nella società odierna, prosegue l'interesse di docenti, allievi e specialisti SPS a esplorare i cambiamenti culturali caratterizzanti la convivenza nella contemporaneità. Nei nostri interventi entro i più diversi setting – lo studio, la scuola, i servizi sociosanitari – abbiamo colto le potenzialità di socializzazione del videogioco, al di là delle sue componenti apparentemente anomiche, spesso stigmatizzate nei contesti di convivenza. Con la ricerca abbiamo dato parola ai videogiocatori per produrre conoscenza sulle loro culture e grazie a ciò costruire criteri orientanti l'intervento psicoanalitico. Con lo studio abbiamo potuto riconoscere che il videogiocare ha rappresentato, dalla fine degli anni '70, la proposta ludica del mercato per le nuove generazioni, utilizzata da queste per costruire un sentimento di appartenenza, oltre che per divertirsi. La ricerca ci dice anche, contrariamente a quanto paventa il senso comune, che attraverso il videogioco i giovani mettono in gioco una ricchezza di forme di aggregazione, anche quando assumono valenza conflittuale verso il mondo adulto ed esprimono, giocando, emozionalità complesse, elaborando così l'ambivalenza verso i cambiamenti in corso.

Parole chiave: isolamento; appartenenza; nuove forme della socialità; tecnologia; anomia.

---

* Tutto il gruppo di ricerca ha partecipato alle varie fasi della ricerca con periodici confronti; di seguito le funzioni svolte dagli autori nella ricerca. Gruppo di committenza SPS: Luca Leone, Denis Mejdiaj, Francesca Dolcetti, Viviana Fini. Hanno effettuato le interviste e i focus group: Luca Leone, Denis Mejdiaj, Francesca Dolcetti, Eleonora Amicosante, Matteo Antonini, Alfredo Arienzo, Kristian Avilloni, Donato Baiano, Lorenzo Barbizzi, Giulia Bernardini, Roberta Bernardini, Luca Bellavita, Veronica Capozzi, Agostino Carbone, Antonio Chimienti, Flavia Draghelli, Danny Guido, Maurizio Naruli, Lorenzo Ottaviani, Paola Pagano, Matteo Paoletti, Eleonora Ponzetti, Guglielmo Propersi, Rossella Roselli, Elena Russo, Simone Valentini. Preparazione del corpus, scelta delle parole dense e trattamento statistico dei dati: Francesca Dolcetti, Matteo Antonini, Viviana Fini, Luca Leone, Denis Mejdiaj, Lorenzo Ottaviani. Stesura del report: Viviana Fini, Francesca Dolcetti, Kristian Avilloni, Donato Baiano, Veronica Capozzi, Danny Guido, Luca Leone, Denis Mejdiaj, Guglielmo Propersi, Lorenzo Ottaviani. E-mail: coordinamento@spsonline.it

Introduzione

SPS ha realizzato numerose ricerche che esplorano i cambiamenti culturali caratterizzanti la convivenza nella contemporaneità, per dare senso alle profonde trasformazioni in atto nei contesti, nelle relazioni, nei vissuti e per costruire criteri orientanti l'intervento.
Negli ultimi anni ci si è occupati di esplorare i cambiamenti della famiglia. Pensiamo alla ricerca sulle badanti, quindi sulla cura delle persone anziane e non autosufficienti (Paniccia, Giovagnoli & Caputo, 2014). A quella sui giovani e le nuove coabitazioni, che ha evidenziato culture emergenti, in controtendenza con chi vuole i giovani "una generazione perduta" per il fallimento delle "mete adulte tradizionali", impossibilitati ad accedere a un posto di lavoro stabile, ad avere una casa di proprietà, al farsi una famiglia (Paniccia, Giovagnoli, Caputo, Donatiello & Cappelli, 2019). Ci sono poi le ricerche sui vissuti di neo madri e neo padri, donne e uomini che hanno avuto un figlio da meno di un anno e mezzo (SPS, 2021b, 2022), quella che ha evidenziato i cambiamenti nella famiglia dal 2006 a oggi (SPS, 2023). C'è quella, infine, sullo "stato anziano", che ha messo in evidenza come quello stato sia, prima che una condizione anagrafica, un vissuto di desocializzazione che comporta la perdita di quella parola che dà, nella relazione, potere di incidere sul significato degli eventi che si condividono (SPS, 2024). Si ricordano inoltre i lavori sulla rappresentazione dell'esordio della pandemia da Covid-19 e della successiva convivenza con il virus (Carli et al., 2020; SPS, 2021a), ancora attuali nella loro capacità di cogliere vissuti di anomia che la vicenda pandemica ha contribuito a evidenziare e rafforzare.
La ricerca sui videogiochi si inserisce in questo filone di indagine sulla contemporaneità. Un gruppo di docenti, allievi e specialisti SPS si è interessato al videogiocare, pratica sempre più diffusa nella società odierna, per esplorare culture giovanili contemporanee, proseguendo quello che è stato, per SPS, un interesse rinnovato nel tempo, attraverso ricerche e interventi (Carli, 2002; Paniccia et al., 2019).
È stato ritenuto a lungo un hobby giovanile, ma dati statistici ne segnalano una diffusione capillare ed evidenziano la compresenza di videogiocatori di più fasce d'età (Entertainment Software Association, 2024; Taylor, 2006, 2012; Video Games Europe, 2023). Il 50% delle persone tra i 6 e i 64 anni videogioca in qualche modo (Taylor, 2006; Video Games Europe, 2023). L'età media è di circa 31 anni, con distribuzione omogenea per fasce d'età e genere: un 20% circa ha meno di 18 anni, un 30% è compreso tra i 18 e i 34 anni, un 15% si posiziona tra i 35 e i 44 anni e, infine, un 20% ha tra i 45 e i 64 anni. Il 55% dei giocatori è di genere maschile, il 45% di genere femminile (Entertainment Software Association, 2024; Taylor, 2006).
Da qui la nostra attenzione a non sovrapporre il videogiocare con una classe d'età, anche se lo abbiamo considerato espressione di una cultura giovanile che attraversa età diverse. Cosa esprima questa cultura è l'oggetto di questa ricerca.
La diffusione del videogiocare si riscontra anche nell'intervento psicologico-clinico: con i minorenni, il videogioco può diventare la "cosa terza" (Carli & Paniccia, 2004)[1] attraverso cui costruire un rapporto. Spesso il videogiocare è vissuto dal minore come possibilità di cimentarsi in esperienze implicanti, "immersive", la cui condivisione favorisce rapporti con altri appassionati, altrimenti difficili da vivere. Nell'orientamento professionale, alcuni utenti scoprono di poter valorizzare la passione per il videogiocare, mettendola in rapporto con nuove professioni (Baiano, 2022).
In questi casi il videogiocare è una rilevante esperienza per chi la pratica, così da diventare, oltre che una passione, un aspetto della propria identità e del proprio sistema di appartenenza, grazie al quale mettersi in rapporto con l'estraneità. In questo senso, ci aiuta il considerarlo espressione di specifiche culture.
Le culture del videogiocare individuate da questa ricerca sono di grande interesse per il nostro gruppo di ricercatori: sia perché più di uno di noi videogioca e ha potuto esplorare la propria implicazione emozionale, riconoscendosi in un'appartenenza condivisa con clienti e utenti del videogioco, sia per conoscere meglio tali culture entro cui interveniamo, spesso soggette ad allarmismi e letture patologizzanti.
L'analisi della letteratura ha preso in esame sia testi scientifici di differenti ambiti disciplinari, sia articoli divulgativi e associativi: nel tipo di indagine culturale in cui ci si è cimentati, gli scritti (scientifici e/o divulgativi) vengono trattati quali aspetti sintomatici di quella cultura che si esplora anche con le interviste. In quest'ottica, l'esplorazione della letteratura è anch'essa un'esplorazione culturale. Un primo aspetto che

[1] La "cosa terza" è un costrutto proposto da Carli e Paniccia parlando della direzione che può prendere la relazione sociale quando accede alla dinamica emozionale dello scambio, anziché esaurirsi nel possesso. Nello scambio, il rispetto dell'estraneità reciproca, entro regole del gioco condivise, permette di convenire investimenti affettivi su aspetti della realtà "terzi" rispetto agli attori sociali implicati nella relazione (Carli & Paniccia, 2004).

abbiamo colto è una certa latitanza della psicoanalisi nell'interpretare tali culture. La psicologia, poi, ha condotto studi prevalentemente finalizzati a comprendere gli effetti del videogiocare sul singolo. Si smentiscono pregiudizi sul videogioco e sui suoi effetti nocivi, quali il ritiro sociale (Fishman, 2019; Kowert, Domahidi & Quandt, 2014; Kowert & Kaye, 2018) o l'aggressività (Salvatore, Quarta & Andrisano Ruggieri, 2010). Nel senso comune si associano videogiocare e diagnosi come quella di *hikikomori,* i giovani in ritiro sociale pressoché totale, regrediti a uno stadio in cui c'è necessità di maternage, avendo problemi nel ritmo sonno-veglia o nell'alimentazione (Aguglia, Signorelli, Pollicino, Arcidiacono & Petralia, 2010).
Ci siamo proposti un obiettivo diverso, considerando il diagnosticare poco utile a comprendere le culture dei videogiocatori. Nell'ottica psicologico-clinica adottata, attenta alla relazione individuo - contesto, ci interessava cogliere quanto, nelle culture dei videogiocatori, ci fossero domande di rapporto, intese quali simbolizzazioni affettive, emozionalità condivise, vedendone le potenzialità in termini di sviluppo relazionale.
I dati ottenuti sono andati oltre le nostre attese: attraverso il videogiocare, una popolazione che chiamiamo giovanile, pur non identificandola con l'età, attraverso il videogioco esprime emozioni oggi difficili da comunicare, come i vissuti relativi alla morte, e trova possibilità di connessione con altre persone, al di là della distanza geografica, costruendo *community* e senso di appartenenza.
Prima di procedere con la presentazione della ricerca, condividiamo una ricostruzione storica delle culture giovanili che hanno precorso il videogiocare e che poi si sono sviluppate grazie anche a tale pratica, nonché dati di letteratura che permettono un primo inquadramento del fenomeno.

Culture giovanili: Il dopoguerra e la fondazione dei giovani come categoria sociale

Jon Savage, in *Teenage: The creation of youth culture* del 2007 (Savage, 2007/2009) mostra come la categoria "giovani" nasca non molto tempo fa. Le politiche per la popolazione giovanile di fine '800 negli USA incentivavano la pratica atletica, entro una contiguità fra atleta e militare; i giovani venivano simbolizzati più come deputati alla difesa dello Stato, dell'ordine costituito, che in quanto soggetti con una propria identità e proprie domande.
Lo scenario cambia dopo le guerre mondiali. È soprattutto la rivista *Seventeen,* negli anni Quaranta, a contribuire alla creazione delle culture dei cosiddetti *teenager*. Per Savage, la rivista aveva due anime. Da un lato c'era una spinta a sviluppare, presso i giovani, un'idea di sé come futuri adulti e classe dirigente. Nell'editoriale inaugurale si leggeva: "Dovrete dirigere le danze, perciò prima iniziate a pensarci, meglio è" (Savage, 2007/2009, p. 468). Dall'altro la rivista era un "pacchetto commerciale indirizzato esplicitamente alla giovane generazione" (Savage, 2007/2009, p. 469), che favoriva i consumi grazie alla pubblicità di prodotti per ragazzi. Negli USA della ricostruzione, *Seventeen* ha sia colto che promosso l'interesse dei giovani a simbolizzarsi come gruppo distinto dagli adulti, incentivando modi per riconoscersi, comunicare, costituirsi come categoria sociale, prendendo la forma del diventare consumatori.
I primi videogiochi di successo si posizionano a pieno titolo in tale clima culturale, come novità nei prodotti di consumo per *teenager*. Il capitalismo ha fornito alla società dell'epoca, che veniva fuori da due guerre, ancoraggi per riorganizzare un ordine sociale che poneva al primo posto lo sviluppo economico e commerciale della nazione. In questo contesto gli adulti lavorano, producono, ricoprono ruoli di potere; i giovani si creano un'identità, uno stile personale, tramite il consumo. Il capitalismo ha dato una risposta a una domanda di esistenza e di appartenenza dei giovani dell'epoca, conferendo loro un nuovo potere: di orientare i mercati e di venirne orientati. Entro questo scenario si pongono i videogiochi, come capaci di valorizzare sia il progresso tecnologico che forme di socializzazione diverse da quelle proposte da altri mass media.

Uno sguardo all'Italia: La nascita dei giovani come soggetto sociale nel nostro Paese

La nascita dei giovani come soggetto sociale in Italia, negli anni '50, avviene in un clima di rapporti conflittuali tra generazioni e nel mondo politico, rappresentato dai principali Partiti: Comunista, Socialista, Democrazia Cristiana. Compare una nuova categoria sociale e culturale, che nel nostro paese come negli USA, si individua in uno spazio di consumo che dà forma e riconoscimento a una domanda di appartenenza e identità.
I giovani degli anni '50 vengono considerati, dal mondo politico e da quello adulto, come ribelli (Volpi, 2019). Il loro linguaggio è diverso da quello del passato, le nuove tendenze di importazione americana (in campo

musicale, il rock) non sono riconducibili a quelle che avevano organizzato la partecipazione politica durante la Seconda Guerra Mondiale e la successiva ricostruzione. I giovani degli anni '50 sono visti, per questo, come "ribelli senza causa" (Volpi, 2019, p. 8). Tale ribellione diventa stile di vita, capace di segnare una vera, netta, frattura generazionale. Nascono i giovani come soggetto sociale, in ribellione verso gli adulti. Nascono la musica, la stampa, la letteratura, i fumetti, l'arte per i giovani. Più avanti, i videogiochi. Mentre il capitalismo se ne appropria, anzi, si potrebbe dire che contribuisce a costruirla, la politica e il mondo adulto non riescono a dare senso fino in fondo alla domanda di esistenza e di appartenenza di questa categoria sociale emergente.
Volpi (2019) parla di uno scambio tra Zangrandi, che scriveva su *Rinascita* ed era apprezzato dall'area comunista e un gruppo di giovani studenti universitari comunisti. Zangrandi si chiedeva perché il Partito Comunista non riuscisse a trovare facilmente proseliti nella gioventù studentesca. Quanto ai giovani, li raccontava in preda a un disorientamento morale e psichico, chiusi in sé, in un mutismo comprensibile solo per i traumi vissuti durante il secondo conflitto mondiale che, piuttosto che educarli, li aveva diseducati. Auspicava che il Partito Comunista, più che condannarli, li recuperasse, trattandosi di "ammalati". I giovani comunisti risposero, sempre su *Rinascita*, che la disaffezione alla politica delle nuove generazioni sarebbe stata comprensibile se si fossero prese in esame le cattive condizioni in cui versavano le università e, soprattutto, la mancanza di prospettive professionali per la maggioranza degli studenti (Volpi, 2019).
La nascita dei giovani come soggetto sociale, catturata e al contempo "salvata" dal capitalismo, si accompagna a quel processo che in sanità viene definito "ageismo" (WHO, 2015, 2021), per cui certe categorie sociali vengono discriminate a causa dell'età. È un fenomeno che interessa giovani e anziani, categorie a scarso potere sociale. Gli adulti dell'epoca, la politica *in primis*, sembrano non aver avuto la capacità di cogliere la domanda di una fetta di popolazione che, grazie alla proposta di specifiche forme d'arte e intrattenimento, cominciò a veicolare la propria soggettività e le proprie istanze di conflitto.

Nascita e primi sviluppi del videogioco

Gli anni '50 sono quelli in cui furono realizzati, nelle facoltà di informatica, le prime pionieristiche applicazioni ludiche, i programmi antesignani da cui avrebbe avuto inizio l'industria dei videogiochi. Come proposto da Marco Accordi Rickards, direttore del GAMM (Game Museum di Roma) e autore di *Storia del Videogioco: Dagli anni Cinquanta a oggi* (2020), col termine videogioco viene comunemente inteso, da addetti ai lavori e appassionati, un insieme di giochi funzionanti tramite dispositivi tecnologici. La loro forma iniziale prevedeva che su uno schermo venissero riprodotti immagini e sonoro generati da un software. Si interagiva con le immagini e suoni tramite dispositivi detti *controller*, o *joystick*. Per i giochi per personal computer, i comandi erano tramite tastiera (ricordiamo il celebre *Commodore 64,* uno dei primi grandi successi in questo ambito, commercializzato negli anni '80[2]).
Uno dei primi videogiochi, riconosciuto come tale, è *OXO*, sviluppato nel 1952 da Alexander Douglas, tesista dell'Università di Cambridge: è una simulazione elettronica del gioco del *Tris*[3]. Altra pietra miliare è *Spacewar!*, realizzato nel 1962 da Russel, Graetz e Wiitanen, studenti del MIT (Massachussets Institute of Tecnology). *Spacewar* permetteva la partecipazione di più giocatori; ognuno poteva azionare su uno schermo – grazie a un rudimentale joystick – l'immagine di una navicella spaziale, con l'obiettivo di colpire quella dell'avversario (Accordi Rickards, 2020). In *Spacewar* si colgono gli echi della corsa allo spazio, uno degli ambiti di maggior conflitto negli anni della Guerra fredda tra Stati Uniti e Unione Sovietica.
Nei decenni successivi, queste applicazioni ludiche dell'informatica ottennero grande successo di pubblico, grazie alle intuizioni di alcuni imprenditori. Il primo videogioco a diventare un vero e proprio fenomeno di

[2] Per approfondimenti su questo medium e sulle forme che hanno riscosso più successo, si veda Accordi Rickards (2020).
[3] Per *Tris* si intende il popolare gioco praticato con carta e penna, in cui due giocatori disegnano a turno un proprio simbolo in un quadrante di nove caselle, inizialmente vuote, al fine di disporne tre in sequenza. Noto in inglese come *Noughts and Crosses* (negli Stati Uniti, *Tic Tac Toe*), una sua simulazione, *Bertie the Brain,* fu precedentemente sviluppata da Josef Kates, dell'Università di Toronto, nel 1950. Esposta per 15 giorni al Canadian National Exhibition di quell'anno, ottenne un discreto riscontro di pubblico, anche per la partecipazione al gioco di un famoso comico dell'epoca, Danny Kaye. *Bertie* non è tuttavia ritenuto il primo videogioco, in quanto i comandi forniti dal giocatore non erano visualizzati su uno schermo, ma grazie a un particolare sistema di valvole (*additron*), su cui era al lavoro il gruppo di Kates (Vardalas, 2001).

massa fu *Pong*, rudimentale simulatore di tennis da tavolo, sviluppato dall'azienda statunitense *Atari*, che negli anni '70 si affermò come leader nel settore (Accordi Rickards, 2020). Il gioco venne proposto inserendo un monitor e un computer in un cabinato: chi avesse voluto giocare, avrebbe pagato un quarto di dollaro, per cui i cabinati vennero chiamati *coin-op* (*coin-operated*, ovvero operativi all'inserimento di un gettone).
Tali giochi sono stati definiti anche *arcade*. Nei paesi anglosassoni venivano chiamati così, dalla fine dell'800, giochi di abilità praticati con macchine a gettoni, reperibili in apposite aree di fiere ed esposizioni. Tra le evoluzioni di questi giochi, ne ricordiamo uno noto ai più, il *Flipper*, sviluppatosi attorno agli anni '60 -'70 del secolo scorso, disposto in sale dedicate. Le *sale giochi*, che hanno vissuto un'esplosione di popolarità alla fine degli anni '70, rappresentavano un contesto di gioco per bambini e giovani ben prima dello sviluppo dei videogiochi. Erano un settore commerciale ben definito (una cosiddetta *line of work*, nel gergo anglosassone) che in cui alcune aziende – come le giapponesi *Namco* e *Sega* – risultava operativo da tempo, ben prima che diventassero produttrici di videogame[4] (Maeno, 1985; Smith, 2019). Fu un addetto a una *sala giochi* americana, Nolan Bushnell, a intuire che si potevano predisporre cabinati a gettoni con un *monitor* e un *joystick*, lavorando alla realizzazione di *Pong* (Accordi Rickards, 2020). Il successo della proposta e la successiva realizzazione di giochi *arcade* a colori, portò a una rapida diffusione dei videogiochi in USA, che fu un boom commerciale: le *sale giochi* arrivarono a contare 10.000 unità nel 1982, raddoppiando di numero nel giro di due anni. I proventi per le vendite di cabinati *coin-op* passarono da 50 milioni di dollari nel 1978 a 900 nel 1981. Giochi *arcade* come *Pac-Man* e *Space Invaders* apparvero in supermercati, stazioni di servizio e altri esercizi commerciali; nel 1982 il fatturato trimestrale di tale industria negli USA arrivò a 8 miliardi di dollari, superando quello annuale della musica pop (4 miliardi), dei film di Hollywood (3 miliardi) e di tutti i principali sport dell'epoca, baseball, basket e football (Rogers & Larsen, 1984). La nuova forma di intrattenimento si diffuse in maniera capillare negli USA, con grande apprezzamento di pubblico, venendo a costituire un business fiorente e redditizio. Gli anni che vanno dal 1978 al 1982 sono definiti "età dell'oro delle *sale giochi*" (Kent, 2001, p. 116; Whittaker, 2004, p. 122).
Parallelamente all'offerta di videogame per *sale giochi*, se ne sviluppò una analoga da giocare da casa: parliamo del mercato delle *consolle*, computer dedicati esclusivamente al videogioco, da collegare a un televisore. Anche in questo caso il successo fu tale da portare allo sviluppo di un nuovo settore merceologico, con diverse aziende pronte a investire su una propria *consolle* (Accordi Rickards, 2020). Il target di clienti era quello dei già citati *teenager*, tra età scolare e i vent'anni.

Sviluppi del videogioco: Anche in Giappone aumentano i prodotti di consumo per giovani, che trovano così la via per elaborare emozioni indicibili ed esprimere identità e appartenenze

Negli anni '80 si assiste a un nuovo sviluppo dei videogiochi, quando l'egemonia nel mercato di settore si sposta dal contesto nordamericano a quello giapponese. *Atari*, americana, finisce in bancarotta per investimenti sbagliati. L'*Atari Shock,* o *Video Game Crash,* come è stato definito l'evento (Accordi Rickards, 2020) fu ritenuto da alcuni la fine dei videogiochi, già declassati a moda passeggera. In realtà, un'altra azienda subentrò ad *Atari* come leader nel settore: la giapponese *Nintendo*, con la *consolle Fami-Com,* in occidente *Nintendo Entertainment System (NES)*, che riscosse grande successo grazie soprattutto a *Super Mario*, divenuto in breve una vera e propria icona dei videogiochi (ancora oggi è il più popolare di questo media). *Nintendo*, nata come azienda produttrice di giochi per ragazzi, si distinguerà per l'orientamento al cliente, puntando a offrire esperienze di gioco divertenti, ingaggianti, dal giusto coefficiente di difficoltà. La crescente attrazione del gioco da casa, contemporaneo alla saturazione del mercato dei videogiochi *arcade* (vista la distribuzione di numerose copie di giochi di bassa qualità) contribuì al tramonto "dell'età dell'oro delle *sale giochi*", nel 1983. Con *Le avventure di Zelda*, del 1986, *Nintendo* introdurrà la possibilità di completare i giochi in più sessioni successive, salvando il livello raggiunto su una memoria esterna (Fahey, 2016). Il videogioco assume un'analogia con il libro, la cui lettura può essere interrotta e ripresa. Si sviluppano i giochi d'avventura, in cui

[4] *Namco*, poi produttrice tra l'altro di *Pac-Man*, distribuiva inizialmente cavallucci, giostre e giochi per bambini di vario tipo; mentre la *Service Games* era una compagnia americana fornitrice di *slot machines* per l'intrattenimento dei soldati nelle basi militari. Operativa prima in patria, poi, per una serie di restrizioni legali sul gioco, in Giappone e altri paesi asiatici, una volta entrata nel settore dei videogame costituirà l'unico vero competitor di *Nintendo*, soprattutto coi giochi di *Sonic*, l'iconico riccio blu, simbolo dell'azienda negli anni '90 (Maeno, 1985; Smith, 2019).

azionando un personaggio ci si immerge in solitaria nella storia pensata dagli sviluppatori, potendo condividere poi uno scambio tra giocatori. Il videogiocatore non è più implicato in un gioco ripetitivo come il *Flipper*; molti giochi si distingueranno d'ora in poi per la ricchezza narrativa. L'identificazione con un personaggio, accompagnato in vari scenari dell'avventura, porta a una domanda di nuove storie avvincenti, o adattamenti di film e cartoni animati al nuovo media. Nei giochi così congegnati l'eroe, secondo uno schema tipico delle fiabe, sfida dei nemici per passare ai livelli successivi, incontrando alleati e oggetti utili lungo il percorso; codici condivisi, nel tempo, tra giocatori e sviluppatori (Zampini, 2024).
Questi cambiamenti fanno sì che i videogiochi sviluppino interessanti contaminazioni con altre forme d'arte dall'impronta letteraria, caratterizzate da ricchezza di storie e di personaggi, rivolte a un pubblico perlopiù giovanile: i *manga* e gli *anime*, come in Giappone sono definiti fumetti e cartoni animati. Tommaso Ariemma, docente di Filosofia Estetica presso l'Accademia di Belle Arti di Lecce, in *Filosofia del Gaming* (2023) rintraccia la genesi di questo fenomeno nel cambiamento del Giappone, uscito tragicamente con una sconfitta dalla Seconda Guerra Mondiale, sancita dall'atomica che gli Stati Uniti sganciarono su Hiroshima e Nagasaki. Nelle decadi successive *manga* e *anime* si affermarono in modo sorprendente e molti giovani si appassionarono a questi nuovi prodotti letterari commerciali, alle loro immagini e storie, che raccontano vicende di protagonisti spesso coetanei in cui immedesimarsi, soffermandosi su affetti e passioni che ne caratterizzano i percorsi scolastici, sportivi e sentimentali. I membri di questa subcultura giovanile, ribattezzati *Otaku* dal giornalista Akio Nakamori, svilupperanno questa particolare ritualità, di cui fruire nel privato delle proprie stanze, in un ibrido tra godimento immediato e distacco dal mondo, tra cultura occidentale e orientale; creando nuove appartenenze basate sulla condivisione dei contenuti[5]. Le comunità di *Gēmu Otaku*[6], come venivano definiti i videogiocatori, fruitori di un prodotto per ragazzi sempre più d'uso domestico, diventano parte di un movimento giovanile più vasto, caratterizzato dall'anticonformismo con cui sono reinterpretate le proposte culturali occidentali. Alcuni autori hanno sottolineato come uno dei temi ricorrenti in *manga* e *anime* sia l'uso competente della tecnologia a fini positivi, proprio quando lo sviluppo tecnologico più era temuto per il suo potenziale distruttivo e la minaccia atomica angosciava le generazioni più giovani, alle prese con i nuovi equilibri geopolitici successivi alla conclusione della Seconda Guerra Mondiale[7]. Il mito della tecnologia positiva appare alla base anche dello sviluppo dei videogiochi, in cui la sfida tra uomo e macchina assume un valore catartico. Vedremo, dai risultati della nostra ricerca, come anche oggi il videogioco assuma la funzione di consentire ai fruitori di elaborare, entro comportamenti ritualizzati resi possibili dal gioco, emozioni critiche che in società si fatica a mettere in parole, come la questione della morte.
In quegli anni si sviluppano nuovi gruppi sociali, o *community*, come le definiscono gli appassionati, accomunati da codici e pratiche particolari. Ricordiamo il *cosplaying*, che ha avuto grande sviluppo a partire da allora: ogni *Otaku*, grazie a travestimenti realizzati perlopiù in autonomia, può inscenare nella realtà l'immaginario condiviso, incarnando uno dei personaggi preferiti e incontrandosi in eventi a tema e fiere (Cantone & Laudanno, 2013). La portata anticonformistica di queste forme di socializzazione si può riscontrare anche nella messa in discussione, coi travestimenti, della rigidità degli stereotipi di genere, che gli appassionati di *manga* e *anime* sanno essere frequente nelle loro storie, caratterizzate anche dall'introspezione dei personaggi, resa spesso in chiave ironica.

---

[5] La storia del termine dà un'idea delle peculiarità di questa *community*. Il significato letterale è *casa, dimora*, nel parlato il termine è usato anche come pronome formale di cortesia, corrispettivo dell'italiano *lei*. Tra adolescenti assume un significato ironico: così si diffuse a inizio anni '80 tra fumettisti, in Giappone, che lo fecero usare ai loro personaggi. Nel saggio citato è usato per riferirsi allo stile di vita dei frequentatori di Akihabara, quartiere di Tokyo. Oggi in Giappone – eccetto fra le persone anziane – la parola è usata nei suoi significati traslati: persona monomaniacale, con hobby praticati da casa; o, per estensione, cultura sviluppatasi intorno a *manga*, *anime* e videogiochi (Ariemma, 2023).
[6] Per traslitterazione, dall'inglese *game* (*Game Otaku*).
[7] Uno storico statunitense, Fred Patten, sottolinea come in uno dei primi generi di *anime* più acclamati, i *Mecha* (negli anni '70 ebbe successo prima in Giappone e poi nel resto del mondo) si rintraccino indizi di tale rielaborazione. In queste opere un gruppo di giovani, alla guida di un gigantesco robot polifunzionale – prodigio della tecnologia – sconfigge a più riprese dei mostri provenienti da pianeti lontani, assicurandosi che sulla Terra "*il bene trionfi sulle forze del male*". Frase ricorrente in tali opere che, per Patten, allegoricamente – oltre a rappresentare i conflitti generazionali emergenti – rappresenta una difesa della Terra nipponica, insidiata da nemici provenienti da terre lontane, d'oltreoceano (Patten, 2004). Gli eroi dei *Mecha* sconfiggono il nemico, ma al contempo lo risparmiano da ritorsioni crudeli, non indulgendo nell'odio, rovesciando così nell'universo finzionale il tragico epilogo della Seconda Guerra Mondiale, conclusasi in maniera particolarmente traumatica per il Giappone, visto il ricorso all'atomica da parte degli USA.

Il videogioco sembra riuscire a permettere l'espressione e la condivisione di emozioni importanti, indicibili e poco condivisibili. In questo se ne rintraccia la portata anticonformistica: anche grazie al videogioco, i giovani trovano uno spazio nel mondo per una soggettività che le prescrizioni culturali non consentono di significare facilmente. È il mercato, più che la politica o la società, ad aver colto questa esigenza e ad averla cavalcata. Si tratta di un fenomeno che viene da lontano, dagli albori della nascita sociale e culturale dei giovani, che si attualizza ai giorni nostri, con videogiochi e altre forme artistiche e di intrattenimento (Savage, 2007/2009; Volpi, 2019).

Il successo di PlayStation: Il definitivo sorpasso dei videogiochi da casa sulle sale giochi. Lo scenario italiano

Produzione e distribuzione di videogiochi continuarono a svilupparsi, con una sostanziale egemonia di *Nintendo*, anche grazie ai giochi portatili, col successo del *Game Boy*. Diventò un'industria sempre più consolidata, dove aumentava sia il numero di appassionati che di occupati (sviluppatori, designer, distributori, giornalisti di riviste specializzate). I giochi *arcade* rimasero il settore più vasto fino a fine anni '90, ma l'introduzione sul mercato di una nuova *consolle* della *Sony*, la *PlayStation,* contribuì definitivamente allo sviluppo del gioco da casa (Accordi Rickards, 2020). Le migliorie alla grafica e al sonoro, gli investimenti in campagne pubblicitarie iconiche per l'epoca, un nuovo supporto materiale per i software di gioco, il Cd-Rom, ne decretarono un successo su scala globale, contribuendo a renderla in pochi anni la *consolle* più venduta. *Sony* aveva imparato la lezione da *Nintendo*: propose giochi di qualità, con sequenze di animazione ben curate per gli standard dell'epoca, fasi di gioco avvincenti, tempi di caricamento ridotti. Ancora oggi, molti videogiochi di avventura o sportivi più venduti sono riedizioni di giochi inizialmente prodotti per *PlayStation.* Fino a inizio anni '80 le *sale giochi* erano state il luogo pubblico principe per la fruizione di videogiochi. Successivamente, in linea con i cambiamenti delle società contemporanee, i videogiochi diventano una delle principali forme di *home entertainment*, con i programmi televisivi e ai film registrati per la visione domestica (prima in VHS, poi in DVD e infine in streaming). Per Ariemma,

> La PlayStation ha rappresentato un vero e proprio terremoto mediatico, capace di portare il gaming verso esperienze videoludiche sempre più lunghe e complesse, con una grafica spettacolare e una componente narrativa consistente, potendo i giocatori trascorrere molto tempo nelle proprie camere o sfruttare la libera interruzione del gioco e della sua successiva ripresa, secondo i propri ritmi e impegni (Ariemma, 2023, p. 55).

Per l'autore la possibilità di riprendere il gioco, scongiurando il *Game Over* definitivo, tipico delle *sale giochi*, ha permesso ai giocatori di sperimentare emozioni vicine al perfezionamento di sé. Il videogioco, in linea con la cultura giapponese che lo sviluppa in questa direzione, diventa un continuo addestramento. Molti videogiochi cominciano a prevedere modalità *training*, grazie a cui apprendere sequenze di tasti da riproporre nelle sessioni di gioco vero e proprio. Ariemma (2023) associa questi videogiocatori a dei moderni samurai: non rimuovono l'esperienza della morte, possibile più volte per i personaggi del gioco. Lutto e rinascita diventano un tema centrale del gioco: "si muore molte volte, si vivono molte vite" (Ariemma, 2023, p. 56). Il perfezionamento non è legato a una ricompensa da ottenere in un aldilà. Sul rapporto con la morte, Ariemma scrive:

> I videogame hanno fatto del non dar peso al morire la propria caratteristica distintiva. Non hanno "rimosso" la morte, come si tende invece a dire abbia fatto la nostra società: sono, infatti, molti i videogame, soprattutto più recenti, che hanno fatto della perdita e del lutto i loro temi centrali. I videogame hanno, piuttosto, reso l'esperienza della morte "irrilevante" ai fini dell'azione. Si muore molte volte, si vivono molte vite (Ariemma, 2023, p. 56).

Nonostante l'Italia risulti marginale in questo mondo, accogliendo innovazioni dalle grandi case americane e giapponesi, una coincidenza di date la mette in rapporto con cambiamenti riscontrati negli stessi anni anche negli USA e in Giappone: il declino dei grandi movimenti di contestazione giovanile, da noi culminati nelle manifestazioni del '68 e del '77, conclusesi nel '78, col tragico epilogo del caso Moro. Sebbene opera di gruppi estremisti, l'episodio porta alla conclusione anche della partecipazione giovanile moderata, rivendicante diritti civili e sindacali (si pensi alle battaglie per le leggi sull'aborto, sul divorzio, sulle tutele in caso di licenziamenti). È proprio in questi anni, siamo nel 1978, che anche in Italia esplode il fenomeno videogiochi

col successo delle *sale giochi* (Kent, 2001; Whittaker, 2004). Si può ipotizzare che i videogiochi nelle *sale giochi* abbiano contribuito a riempire un vuoto, con nuovi contesti di aggregazione per i giovani; orientati non più alla militanza e all'impegno politico, ma al divertimento e all'incontro informale.
Negli anni '80 cambia l'orientamento dell'opinione pubblica: la funzione di guida, prima appannaggio degli intellettuali, viene sostituita dal giornalismo televisivo (Carli, 2018a), che grande parte ha avuto nel rivoluzionare le dinamiche sociali. Con il mezzo televisivo i videogiochi, fin dagli albori, manterranno un rapporto dialettico. Critico per certi versi, proponendosi come cultura alternativa rispetto alle tendenze mainstream; si cita a proposito una celebre campagna pubblicitaria per *Atari,* che recitava lo slogan "*Don't watch tv, play it!*" (Newman, 2018)[8].

L'avvento di internet e la nascita del videogioco online: Le posizioni dell'OMS sulla dipendenza da videogioco

Negli anni 2000, con la diffusione dei videogiochi per uso domestico, lo sviluppo di internet ha consentito una maggiore interconnessione ai membri di questa *community*. È da quegli anni che ogni videogiocatore può, da casa propria, mettersi in rapporto con altri videogiocatori, sparsi in tutto il mondo. Nascono così i videogiochi in *multiplayer online*: "l'industria videoludica comincia così a offrire esperienze di libera esplorazione del mondo di gioco, sempre più ampio, e di libera condivisione con altri giocatori, anche distanti, grazie alle potenzialità offerte dal *gaming online*" (Ariemma, 2023, p. 55).
I cambiamenti nell'utilizzo dei videogiochi segnalano un progressivo processo che potremmo definire di ritiro da appartenenze consuete, da contesti di convivenza "storicamente scontati" per adolescenti e giovani adulti, quali i Partiti politici, l'associazionismo militante, quello di natura sportiva. Successivamente, i ritrovi nei grandi *mall*, i centri commerciali all'americana. Attraverso il gioco, si riconfigurano comunità di appartenenza; probabilmente il gioco diventa quel mediatore grazie al quale incontrarsi, entro appartenenze perlopiù informali e ludiche, in un mondo sempre più anomico (Carli, 2018b). I videogiochi rendono visibile l'ambivalenza dei loro fruitori verso le relazioni sociali più allargate e, al contempo, ne determinano una possibile riorganizzazione.
In questi anni cominciano ad avere grande riscontro di pubblico i videogiochi cosiddetti *Second-Life* (Kalning, 2007), dove si praticano nuove forme di convivenza *online*, con giocatori che assumono le vesti di uno dei personaggi condividendo con altri uno stesso spazio virtuale. Si sviluppano modalità di gioco che divergono da quelle divenute tradizionali, in cui, tendenzialmente, il giocatore è convocato a comprendere le sequenze ideate dagli sviluppatori e a sbloccarle attraverso giuste mosse, pensate con livelli di difficoltà crescenti, fino alla conclusione del gioco (il cosiddetto "gioco finito"). Con i nuovi giochi *online*, detti "infiniti", si incentiva la socializzazione alternativa nello spazio virtuale, anche grazie alle *chat* in tempo reale, ai *nickname*, a personaggi che diventano *avatar* del giocatore. Si possono sviluppare nuove identità, nuove appartenenze che superano anche le distanze geografiche (Fishman, 2019; Kowert, Domahidi & Quandt, 2014).
Con questa variante si accentua il problema della dipendenza da videogiochi. Oggi si stima che su oltre 2,6 miliardi di videogiocatori, circa il 3-4% possa aver esperito sintomi di dipendenza (Niagara Recovery Staff, 2023). La World Health Organization (WHO) si è pronunciata sul problema inserendo, nel 2019, il *gaming disorder* tra le nuove patologie (WHO, 2019).

> Studi suggeriscono che il *gaming disorder* colpisca solo una piccola parte delle persone implicate in attività videoludiche o digitali. Tuttavia le persone che si coinvolgono nel gioco dovrebbero prestare attenzione al tempo totale ad esso dedicato, specialmente quando va a discapito di altre attività quotidiane; […] andrebbe prestata attenzione ai cambiamenti nella salute psico-fisica, e nel funzionamento sociale, attribuibili ai pattern di comportamenti legati al gioco (Harrison, Weber, Jacob & Chute, 2021).

Come per altre dipendenze, come quelle da sostanze o da gioco d'azzardo, la medicalizzazione del problema

[8] C'è uno stretto legame tra videogiochi e TV: le prime *consolle* furono progettate per essere collegate a uno schermo, non sarebbe stato possibile il loro successo senza una diffusione dei televisori. La cultura televisiva precede quella dei *videogiochi*, che ne rappresenta, a livello simbolico, una sorta di controparte: questo per l'uso particolare dell'oggetto-televisore adottato per un gioco interattivo, per l'esaltazione dell'ingegno più che dell'immagine, per il ricorso a codici comunicativi rivolti a nicchie, subculture, senza l'obiettivo di diffondere conformismi di massa, tipico dei network televisivi.

rischia di non far cogliere la valenza relazionale della scelta, ovvero quanto la preferenza sviluppata per la "seconda vita", per il nuovo mondo di rapporti, possa portare i soggetti a trascurare o compromettere l'adattamento alla realtà, ai contesti di convivenza abituali.
Un'altra evoluzione dei videogiochi vede un accentuarsi della modalità competitiva, in cui la vittoria di uno è possibile solo con la sconfitta di altri. Vengono simulate campagne militari, con vari giocatori in simultanea; ne è un esempio *Call of Duty*, nato come uno dei tanti giochi di questo tipo (detti "sparatutto") da praticare in *single-player*, poi adattato alla modalità *multi-player online*. La competitività del videogioco si accentua negli *e-Sports*, veri e propri tornei di videogame, in cui è evidente la contaminazione tra videogioco e sport agonistico. Le partite dei tornei prevedono punti per i partecipanti in caso di vittoria, da detrarre in caso di sconfitta, con premi in denaro per giocatori o squadre che abbiano prevalso in una classifica finale. Queste competizioni, diffusesi nell'ultimo decennio, vedono il costituirsi di comunità di tifoserie e giocatori, proprio come nello sport. A livello relazionale è interessante notare come tale modalità di gioco rappresenti una profonda trasformazione, un'evoluzione particolare, non prevedibile, delle forme tradizionali di gioco. Non è più l'immersione in un'avventura, da portare a termine in livelli successivi, a fungere da base per un rapporto di scambio; sono le sfide tra rivali, nemici nel gioco, a ingaggiare i giocatori, facilitando la creazione di legami associativi, di piccoli gruppi informali, di "squadre" in gara nell'agone online. Gli *e-Sports* aprono alla possibilità che i videogiocatori dai migliori risultati, al pari dei grandi atleti delle discipline sportive, possano trarre un guadagno dal seguito di pubblico appassionatosi alle gare. Si diffonde la possibilità di rendere il videogiocare un lavoro, diventando *pro-player*, trasformando ciò che era stato concepito come mondo di intrattenimento – i videogiochi per *sala giochi* o *da casa* – in una possibilità di carriera a livello professionistico.
La ricostruzione storica dello sviluppo dei videogiochi mostra come siano emerse diverse sottoculture, ognuna con funzionamenti caratteristici, diverse domande verso gli sviluppatori dei giochi e diverse modalità di rapporto tra giocatori.

La letteratura psicologica sui videogiocatori: Dal cognitivismo agli studi sulla relazione

Dalla letteratura psicologica sull'argomento, come abbiamo detto, si evince come molte ricerche, perlopiù di orientamento cognitivista, smentiscano i pregiudizi più diffusi sui videogiochi, quali il loro incentivare l'isolamento o i comportamenti aggressivi (Fishman, 2019; Kowert & Kaye, 2018; Salvatore, Quarta & Ruggieri, 2010).
Tali studi difendono i videogame da critiche condivise, specie tra non giocatori. Un momento in cui le critiche sono state accanite è quello successivo al massacro della Columbine High School, del 1999, quando due studenti attaccarono con armi da fuoco compagni di scuola e docenti. Eric Harris, uno dei due autori della strage, risultò essere fan di *Doom*, videogioco di cui aveva sviluppato livelli aggiuntivi, pubblicati su un sito web personale, ove condivideva da tempo espressioni di odio verso genitori, coetanei e società in generale (Ariemma, 2023). In seguito all'evento si accentuarono le critiche verso i contenuti violenti di *Doom*. Un altro videogioco contestato è stato *Grand Theft Auto,* prodotto per *PlayStation* da *Rockstar Games* in varie riedizioni, tutte dal grande successo. Il protagonista si fa strada nel mondo della criminalità, rubando e commettendo atti illegali entro un mondo aperto ed esplorabile.
Negli USA si svilupperà un acceso dibattito sul tema. Fra chi si oppose ai detrattori ricordiamo Henry Jenkins, mass-mediologo e professore di comunicazione presso diverse Università americane. Ariemma (2023) dice che Jenkins contestò che gli istinti violenti sarebbero scatenati, o anche causati, dalla pratica dei videogiochi, riconoscendo come narrazioni di temi quali lo scontro, la paura e il dolore siano ricorrenti per l'umanità fin dai tempi dell'antica Grecia, in cui le tragedie, messe in scena per elaborare le passioni più oscure, rappresentavano un'esperienza collettiva dal valore catartico. Jenkins sottolineò come i prodotti letterari rivelino emozioni condivise e soprattutto il nostro modo di giudicarle, i nostri pregiudizi, contestando un nesso di causalità tra il videogiocare e l'aggressività agita.
Altri studi psicologici hanno riguardato le applicazioni dei videogiochi per il potenziamento di competenze individuali, in stretto rapporto col modello educativo americano (Ekin, Polat & Hopcan 2023; Mayer, 2019; McGonigal, 2011). Queste suggestioni vengono riprese nel contesto italiano, in particolar modo per le applicazioni educative del videogioco, per favorire, ad esempio, il rapporto tra genitori e figli e l'apprendimento delle nuove tecnologie (Tomarchio & Ulivieri 2015). L'attenzione agli effetti del

videogiocare sul singolo ricorre negli studi accademici: vengono di solito misurati, dopo alcune sessioni di gioco, i cambiamenti nei tempi di reazione o nell'attenzione, prima quantificati con apposite scale e poi analizzati con l'analisi della varianza, per dimostrare il cambiamento.
Si registra un interessante cambiamento di tendenza nell'ultimo decennio, anche per l'attenzione crescente verso il fenomeno degli *e-Sports*, un'evoluzione dell'*home-gaming*. Vengono indagati gli effetti della pratica sul singolo, le implicazioni sulla salute degli agonisti *gamer* e le caratteristiche che rendono più o meno abile un giocatore (Del Gaudio & Ruffino, 2021). Mancano studi che si interroghino sulla dinamica simbolica, relazionale, peculiare per questa variante di gioco. È interessante che la pratica degli *e-Sports* venga paragonata a quella di altri sport, più che a quella di altre forme di videogioco: questo aspetto è stato esplorato dalle finlandesi Maria Ruotsalainen e Tania Välisalo, in *Il fandom degli e-Sports nell'era del transmedia* (Ruotsalainen & Välisalo, 2022). Le due ricercatrici (dalla formazione molto varia, che spazia dalla filosofia, alle belle arti, alla pedagogia, alla comunicazione digitale) trattano gli *e-Sports* dal punto di vista dello spettatore, mettendo a confronto i modi con cui i gruppi di fan si associano assistendo alle competizioni (guardar giocare videogiocatori professionisti è un fenomeno che coinvolge ormai milioni di giocatori o spettatori). Cercando le motivazioni che portano uno spettatore a tifare una determinata squadra, con modalità paragonate a quelle degli sport tradizionali, lo studio tratta la competizione nei suoi aspetti simbolici, collusivamente condivisi nella relazione. Le due autrici ne parlano come di partecipazione a uno scontro volto alla conquista delle risorse limitate offerte dal gioco, che siano monetarie, come nelle competizioni ufficiali, o digitali, interne al gioco stesso. Si riallacciano così alla tradizione dei *Game Studies*, inaugurati da Huizinga, storico olandese che negli anni '30 con *Homo Ludens: Saggio sulla funzione sociale del gioco,* discusse l'importanza dell'elemento ludico nella società (Huizinga, 1939/2002). Interessanti, in tal senso, alcuni studi che dimostrano come anche dai tradizionali giochi in *single-player* si sviluppino legami importanti, grazie alla condivisione di contenuti fruiti nel gioco (Calleja, 2011; Consalvo et al., 2018).
Rispetto ai videogiochi *online*, diverse ricerche sono state realizzate dalla statunitense T. L. Taylor, professoressa di Studi Comparati presso il MIT, che si è distinta per le ricerche sulle *community* virtuali, sullo *streaming* e sui giochi *multiplayer* di massa, quali *EverQuest* e *World of Warcraft* (Taylor, 2012). L'autrice ha esaminato questi giochi a partire dalla sua stessa implicazione da giocatrice di *EverQuest* (Taylor, 2006), mettendo in dubbio il pregiudizio secondo cui giocare ai videogiochi sia isolante e alienante, proprio di adolescenti solitari. Taylor sottolinea come i giochi in *multiplayer online* di massa, in cui migliaia di giocatori compartecipano simultaneamente allo stesso universo virtuale, sviluppino la socialità, entro una continuità tra rapporti online e quelli del mondo reale. Tali spazi virtuali, a cui partecipare con le sembianze di un personaggio *avatar* (in gergo *giochi open world*) consentono anche la messa in discussione degli stereotipi di genere, permettendo, ad esempio, a giocatori maschi di scegliere *avatar* femminili e viceversa. Le ricercatrici finlandesi, poi, parlando di questo aspetto, evidenziano come la contrattazione dell'appartenenza a questi spazi virtuali non abbia esiti scontati, visto il persistere nella *community* di una maggioranza di giocatori di sesso maschile, bianchi ed eterosessuali. Le due autrici evidenziano inoltre – grazie all'analisi dei rapporti tra giocatori e fan del gioco *Overwatch* – come ciò abbia a che fare con problemi di convivenza tipici della società attuale, quali la crisi del senso di rappresentanza in politica, con il conseguente diffondersi di movimenti populisti; o anche con l'aumento dell'influenza dei mass media, e con le discriminazioni relative all'orientamento di genere (Ruotsalainen & Välisalo, 2022).
L'esplorazione della letteratura mostra il mondo dei videogiocatori come eterogeneo e caratterizzato dalla compresenza di sottoculture sviluppatesi in fasi successive. Dai videogiochi *arcade*, evocanti la conquista dello spazio all'epoca della Guerra fredda (*Space Invaders, Asteroids*), ai primi successi del gioco da casa mentre tramontavano i grandi movimenti di contestazione giovanile, alle evoluzioni delle *consolle* col diffondersi dei videogiochi *online*, fino al videogioco agonistico, competitivo. È un mondo che si è sempre caratterizzato come giovanile: ogni trasformazione è avvenuta grazie a un qualche sviluppo tecnologico, e i prodotti della nuova generazione hanno superato quelli della precedente, attraendo *teenager* dalla maggiore dimestichezza e intuitività nell'uso delle nuove tecnologie. I videogiochi delle epoche precedenti sono stati mandati in soffitta dalle logiche di mercato, mentre vari *gamer*, diventati adulti, hanno visto diminuire il tempo da dedicare al loro hobby. L'eterogeneità delle sottoculture di gioco, in alcuni casi, può portare a balcanizzazione: non è raro che i videogiocatori considerino la propria cultura di gioco come l'unica veramente rappresentativa. Ne è un esempio l'esternazione di Felipe Pepe, storico dei videogiochi e autore di libri sul tema, che in un post sul social *X,* come ci racconta Leoni (2024), ha espresso insofferenza verso i giochi di prima generazione, sostenendo la sua insoddisfazione per le *consolle*, considerate una minoranza rumorosa. Pepe si rifà al trend in

calo per le vendite di *consolle*, probabilmente destinato a peggiorare per il successo commerciale dei giochi per smartphone. Fa eco alle sue provocazioni Katsuiro Harada, autore di *Tekken*, storica saga di giochi di combattimento per *PlayStation*. Harada in un podcast, così come riporta Riviera (2024), si scaglia contro i giovani videogiocatori, che non saprebbero accettare la sconfitta e vede in ciò un sintomo di infantilismo.

Obiettivo della ricerca

Obiettivo dell'indagine è stato quello di esplorare i vissuti relativi al videogiocare in chi partecipa di questa pratica. Si voleva capire la cultura collusiva che organizza il videogiocare, anche per supportare interventi che interagiscono con videogiocatori, o utilizzano videogiochi.

Metodologia: AET, l'Analisi Emozionale del Testo

L'AET (Carli, 2018; Carli & Paniccia, 2002; Carli, Paniccia, Giovagnoli, Carbone, & Bucci, 2016) ipotizza che le emozioni, espresse nel linguaggio, siano il principale organizzatore della relazione. Per effettuare l'analisi viene raccolto un testo tramite interviste e/o focus group ai soggetti convocati allo scopo. Le verbalizzazioni raccolte vengono trascritte in un unico corpus da sottoporre ad analisi. Non si analizzano sequenze discorsive, ma gli incontri – entro segmenti di testo – di parole dense: parole dotate di un massimo di densità emozionale e di un minimo di ambiguità di senso. Il ricercatore, supportato da un programma informatico, T-Lab, ottenuto un vocabolario completo del corpus, sceglie le sole parole dense. Messi in ascissa i segmenti di testo e in ordinata le parole dense, il programma classifica le co-occorrenze individuando cluster di parole dense; successivamente li colloca in uno spazio fattoriale mediante l'analisi delle corrispondenze multiple. L'interpretazione è retta dall'ipotesi che la co-occorrenza di parole dense entro i segmenti di testo evidenzi il processo collusivo espresso dal testo. L'interazione tra parole dense, a partire dalla più centrale nel cluster, riduce la loro polisemia, perseguendo una acquisizione del senso emozionale del cluster. Si considera, inoltre, la relazione dei cluster entro lo spazio fattoriale, giungendo alla lettura dei repertori culturali usati dalle persone quando parlano di ciò su cui sono interpellate, ovvero la dinamica collusiva che connota il tema in oggetto.

Gruppo degli intervistati

Abbiamo realizzato 55 interviste.
Il gruppo degli intervistati è stato formato attraverso il metodo a valanga (snowball). Inizialmente ci siamo rivolti a videogiocatori di entrambi i sessi "esperti", chiedendo loro di indicarci contatti potenzialmente interessati fra le loro conoscenze, con le stesse caratteristiche. Il gruppo così ottenuto è risultato parzialmente bilanciato rispetto al genere, si riscontra infatti una prevalenza maschile rispetto a quella femminile, ma ciò è in linea con quanto si sa dagli studi sulle persone che videogiocano (Entertainment Software Association, 2024; Taylor, 2006).

Tabella 1. *Caratteristiche del gruppo degli intervistati (n=55)*

Sesso	
femmina	*maschio*
21	34
Età dell'intervistato	
fino a 18 anni	*da 19 anni*
18	37

Modalità di gioco		
modalità online	*modalità offline*	*modalità off e on*
23	15	17

Le variabili illustrative

Sono state messe in analisi le seguenti variabili illustrative: il sesso dell'intervistato; l'età; le modalità di gioco. La variabile età si è scelto di distinguerla in due modalità, "fino ai 18 anni" e "dai 19 anni". L'età più alta tra gli intervistati è di 47 anni. Gli studi dicono che l'età media del videogiocatore è di 35 anni (Entertainment Software Association, 2024; Taylor, 2006).

La domanda stimolo

Per raccogliere testi utili ai fini della ricerca, sono state effettuate delle interviste aperte, prima registrate, poi trascritte e raggruppate entro specifici corpus.

Abbiamo posto la seguente domanda stimolo:
"Faccio parte di SPS, un istituto che fa ricerca, formazione e intervento in ambito psicosociale. Siamo interessati alle culture che caratterizzano la nostra contemporaneità, vogliamo capirle meglio. Per questo motivo stiamo facendo una ricerca sull'uso dei videogiochi. Penso che lei potrebbe darci un contributo molto interessante in proposito. Per questo le chiedo di parlarci della sua esperienza. L'intervista è anonima. Le domando di poterla registrare, perché poi analizzeremo il testo tramite un programma informatico che mette insieme tutte le interviste. Quando avremo i dati, faremo un incontro online con tutti gli intervistati per discuterli insieme, e la inviteremo. Le chiedo quindi di dirmi cosa sono per lei i videogiochi, quando ha iniziato a usarli, che esperienza rappresentano per lei".

A intervista conclusa, il ricercatore ha posto agli intervistati due domande:

- Quale tipo di gioco utilizza prevalentemente: online, offline, entrambi?
- Ci può dire quali sono i tre giochi che utilizza di più?

Queste domande erano volte a conoscere le caratteristiche del gruppo di intervistati, e le riposte non sono state incluse nel corpus analizzato tramite l'AET. Tutte le interviste sono state realizzate fra il 15 marzo e il 18 giugno del 2022.

Risultati

L'analisi statistica del testo delle interviste ci ha restituito 5 cluster organizzati su 4 fattori.
La variabilità dei dati è spiegata per il 29,94 % dal primo fattore, per il 27,51% dal secondo fattore, per il 23,36% dal terzo fattore e per il 19,18% dal quarto fattore.

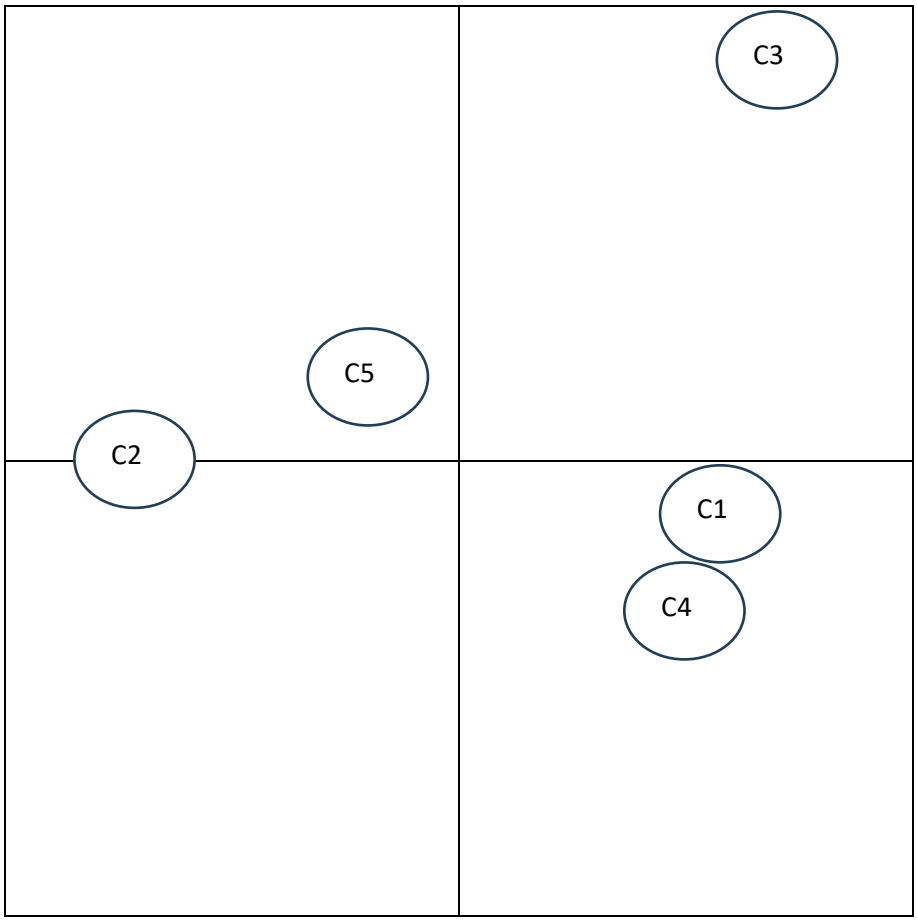

Figura 1. *Piano fattoriale*

Nella Tabella 2 sono riportati, in grassetto, i valori significativi nel rapporto dei cluster con i fattori.

Tabella 2. *Rapporto tra cluster e fattori*

	F1	F2	F3	F4
Cluster 1	0.4092	-0.2901	-0.2172	**-0.7200**
Cluster 2	**-1.0877**	0.0086	-0.2908	0.0344
Cluster 3	0.5020	**1.1095**	-0.3051	0.3077
Cluster 4	0.3628	**-0.7176**	0.1072	**0.6682**
Cluster 5	-0.2115	0.3926	**1.6801**	-0.2427

Sul **primo** fattore si situa il cluster 2.
Sul **secondo** fattore si contrappongono i cluster 3 e 4.
Sul **terzo** fattore si situa il cluster 5.
Sul **quarto** fattore si contrappongono i cluster 1 e 4.

Nella tabella 3 si riporta la relazione tra i cluster e le variabili illustrative. Sono state trattate come variabili illustrative l'età, il sesso dell'intervistato e la modalità di gioco (online, offline o la combinazione di entrambe le modalità). In tabella vengono riportate quelle variabili che hanno avuto un rapporto con almeno un cluster.

Tabella 3. *Relazione tra cluster e variabili illustrative*

Variabili Illustrative	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5
Età					
fino 18 anni	4.68		5.88		4.82
da 19 anni				4.62	
Sesso					
femmina	**21.11**				
maschio					4.29
Modalità di gioco					
modalità online			7.63		6.57
modalità offline					
modalità online e offline					

Nella tabella 4 riportiamo le parole dense dei 5 cluster, a partire dal più elevato valore di Chi2.

Tabella 4. *Cluster di parole dense in ordine di Chi-quadro*

Cluster 1 *parola/chi2*		Cluster 2 *parola/chi2*		Cluster 3 *parola/chi2*		Cluster 4 *parola/chi2*		Cluster 5 *parola/chi2*	
442.4	tempo	452.1	storie	1165	amici	267.4	da_piccolo	608.8	giocatore
210.6	nuovo	353.0	personaggio	216.4	gruppo	201.0	lavorare	174.4	vincere
162.3	interessante	162.3	uccidere	185.5	solitudine	153.6	bambino	114.5	competere
109.4	ragazzi	153.3	film	175.8	condividere	122.5	regalare	109.7	vita_reale
79.46	passione	90.15	morire	101.0	incontrarsi	91.39	spendere	107.5	squadra
62.81	tecnologia	87.53	libro	72	uscire_casa	85.43	studiare	97.50	cooperazione
42.18	gestire	79.52	mostri	66.32	contatto	73.59	vecchio	88.25	insultare
38.91	dipendere	76.73	potere	53.34	chat	66.88	genitori	76.14	bravo
34.05	chiudere	60.92	colpire	50.14	casa	62.05	imparare	65.03	pagamento
29.69	nascere	53.61	protagonista	45.88	invitare	34.46	generazione	52.05	campione
29.23	attenzione	51.61	scegliere	39.46	compagnia	29.25	violenza	49.64	carriera
29.04	mondo_reale	45.09	nemici	34.98	chiacchiera	28.31	psicologia	48.38	abbonamento
27.37	nerd	43.34	rabbia	31.39	dal_vivo	23.67	inglese	41.71	professionale
24.81	mond_videogiochi	40.44	narrare	28.17	discutere	23.17	costare	38.70	alter-ego
22.27	rivoluzione	33.38	arma	24.40	aiutare	21.97	figli	34.39	miglioramento

Primo fattore

Sul polo sinistro del primo fattore troviamo il cluster 2. Sul polo destro non ci sono cluster.

Cluster 2

Il cluster 2 non è in rapporto con nessuna variabile illustrativa. Le prime parole dense sono: storie, personaggio, uccidere, film. **Storie** indica "un'esposizione ordinata di fatti e avvenimenti umani del passato […]. Il susseguirsi degli avvenimenti che possono essere oggetto di ricerca ed esposizione da parte della storia. […] Racconto di un insieme di vicende e avvenimenti, reali o immaginari[9]". Siamo introdotti in un mondo, reale o immaginario, raccontato con l'intento di una ricostruzione attendibile. La seconda parola è **personaggio**: "persona ragguardevole e importante" ma anche "persona mascherata" o "che si fa notare per il suo comportamento singolare, tipo originale e bizzarro". Questo mondo reale o immaginario ha un suo notevole protagonista (più in basso c'è questa parola, protagonista). Segue **uccidere**, togliere la vita violentemente. La storia alla quale veniamo invitati a partecipare ha una svolta drammatica, qualcuno uccide o è ucciso. É un mondo violento. La quarta parola, **film**, mette però una distanza tra noi e quella violenza: siamo spettatori, è una finzione. Segue **morire**, la cessazione della vita, la fine. Torna la morte, il limite per eccellenza, oltre il quale non è possibile andare. Nel mondo di fantasia del cluster 2 sono centrali il morire e l'uccidere: atti definitivi dai quali nella realtà non si torna indietro, i momenti più drammatici dell'esistenza umana. Di fronte alla morte il pensiero si arresta. Nel videogioco, il personaggio uccide e viene ucciso, ma risorge e muore tante volte, si uccide tante volte lo stesso avversario e si ricomincia da capo. Si dimostra bravura abituandosi a morire e a risorgere, più e più volte. La sesta parola è **libro**. Con il film si vede e si ascolta una storia, con il libro la si legge. Il videogioco è l'erede del film e del libro. Ma con il videogioco una storia si può riscrivere, creare e ricreare. Segue **mostro:** un prodigio, qualcosa di straordinario e contronatura. La persona importante e la figura straordinaria fanno pensare a una proposta collusiva: il videogiocatore diventa protagonista, si espone, colpisce, lascia un segno. È un personaggio ed è un mostro, sono una coppia che confligge, che si minaccia, ma sono anche la stessa persona allo specchio: mi guardo e vedo un mostro. Segue **potere** "capacità, possibilità oggettiva di agire, di fare qualcosa […] capacità giuridica, di un soggetto". Ma anche: scalata per il potere, lotta per il potere. La dinamica relazionale della storia, che muove il personaggio e il mostro, è il potere dell'uno sull'altro, fino alla morte. Segue **colpire**: "percuotere, battere, ferire con uno o più colpi". Poi c'è **protagonista**: con riferimento al teatro classico, l'attore che sosteneva sulla scena la parte del personaggio principale. Nello spettacolo moderno, attore o attrice che interpreta il personaggio principale, "chi ha la parte principale, un ruolo di primo piano nelle vicende della vita reale". Nella storia del cluster c'è un personaggio, un protagonista; per unico compagno ha un mostro con cui lottare. Il mostro sono anche "i miei mostri", le mie idee persecutorie, i miei nemici immaginari. Segue **scegliere**: "distinguere, tra più cose, la più adatta a uno scopo […] prendere una risoluzione […] determinare quale sia o sembri essere, tra più cose o persone, […] quella più rispondente al desiderio, […] prendere la parte migliore da un insieme di persone o cose". Lo scegliere nel mondo narrato, inventato, equivale all'atto divino: con ogni scelta, determinante, si crea il mondo in cui si sta. La decisione, l'agire, prevalgono sulla conoscenza. Segue **nemici**, poi c'è **rabbia**. In questo mondo di agìti, la relazione è tra nemici, l'emozione è la rabbia che spinge all'azione. Infine, ci sono **narrare** e **arma**: siamo in un universo di cappa e spada. Chi gioca, in questo cluster fa i conti, da solo, con la morte: uccidere, morire, risorgere, sembrano ritualizzare il morire entro una ripetizione onnipotente che bonifica le emozioni più critiche che la morte evoca. Le emozioni legate alla morte sono difficili da comunicare nella nostra contemporaneità. Il videogioco sembra consentire un modo per trattare la propria solitaria impotenza.

Il cluster 2 evoca il recupero solitario di un sentimento di potere, entro un mondo di fantasia contrapposto al reale. Fa pensare che il giocatore elabori frustrazioni sperimentate nel mondo reale, il proprio sentimento di impotenza, in un mondo di fantasia in cui può agire, divenire protagonista, uccidere, morire, resuscitare. Vengono alla mente, come esorcismo della morte, i riti durante la pandemia (Carli et al., 2020). Pensiamo al rito di fare il pane durante il *lockdown* del 2020. Azioni ripetute, per riorganizzarci nella totale incertezza, che hanno consentito di recuperare un sentimento di potere sulla vita. I videogiocatori del cluster 2 sfidano l'impotenza, cercano di bonificarla. Parlano dell'impotenza che si sperimenta nella vita, dove ci si sente probabilmente poco protagonisti e poco capaci di incidere. Sconfiggere più e più volte la morte parla di un'elaborazione in solitaria. Fa pensare agli asceti cristiani che, nel vicino oriente salivano, soli, su una colonna per fare penitenza, ma anche per avvicinarsi a Dio, per salire in cielo da vivi, sfidando la morte. O ai più contemporanei *hikikomori* che nel loro isolamento possono utilizzare videogiochi. Questi eremiti

[9] Per l'analisi linguistica di questa e delle altre parole dei cluster abbiamo fatto rifermento al Vocabolario Treccani online (2022).

contemporanei, come gli antichi, sono soli. Ma come quelli sono creati da una cultura che li fa esistere, non sono davvero soli. Il videogiocatore solitario di questo cluster non è un disperso, esiste dentro un nuovo media e nuovi codici condivisi. Non è neanche un folle che sfida l'impotenza cercando l'immortalità. Sembra piuttosto qualcuno alle prese con l'elaborazione dell'impotenza nei confronti della vita. Il cluster 2, infine, è il mondo dell'inconscio: senza il tempo, senza la morte, senza gli esiti distruttivi della violenza, che non ne ha fino a che non si passa all'atto nel mondo della realtà esterna.

Secondo fattore

Sul secondo fattore si contrappongono il cluster 3 e il cluster 4. Rappresentano entrambi un mondo di rapporti, in modo diverso. Il secondo fattore organizza una polarità contrapposta al cluster 2.

Cluster 4

Il cluster 4 è in rapporto con la variabile età dai 19 anni in su. Le prime due parole dense sono da piccolo e lavorare. **Da piccolo** indica un tempo passato, dove chi parla era piccolo. La terza parola densa è **bambino**. Da piccolo, bambino, associati a **lavorare,** rimandano all'infanzia lontana, contrapposta al presente adulto. Il lavorare è l'oggi adulto che marca una distanza, non solo di tempo, con quando si videogiocava nel passato infantile. Siamo in una diacronia, si stava nel mondo della fantasia da piccoli; oggi si è adulti, si lavora, si sta nel mondo reale. Quel "mondo reale" che sembra mancare nel cluster 2, fuori dal tempo. Qui il limite si accetta, si diventa grandi, si lavora. Cessa la violenza rituale senza costi; qui c'è il confronto con la realtà, si deve cooperare. Da piccoli si gioca, da adulti si lavora, è una distanza sia di tempo che emozionale profonda. Segue **regalare**: "dare liberalmente, senza compenso o altra contropartita". Poi c'è **spendere**: "dare ad altri del denaro, generalmente a titolo di pagamento per merce acquistata o come compenso per servizi". La rinuncia al mondo di fantasia dà un altro potere rispetto a quello del morire e resuscitare del cluster 2: si guadagna, si regala, si spende. Si sta nel contemporaneo mondo del consumo. Più in basso nel cluster c'è **costare**: "avere un determinato prezzo, richiedere (o aver richiesto) una determinata spesa". Non c'è solo il potere del conquistare un bene col danaro, c'è anche il costo di questo potere. Costare è anche "esigere, richiedere (fatica, pene, sacrifici, rimorsi, ecc.): mi costa molta fatica". Segue **studiare**: "applicarsi all'apprendimento e all'approfondimento di uno o più campi o settori di conoscenza e di esperienza […] Cercare, impegnandosi con le proprie capacità ed esperienze, di realizzare, di risolvere qualcosa di nuovo, di diverso, di non noto". Si può regalare, spendere, c'è l'avere potere, ma anche il conquistarlo realizzando, studiando (più in basso c'è **imparare**). Si lavora e si studia per stare nel mondo adulto. Più in basso ancora c'è **guadagnare**. Segue **vecchio**: nella storia dei mostri e protagonisti in lotta **del cluster 2** si muore, ma non si invecchia. Nel cluster 4, sì. Qui c'è lo spessore del tempo, la durata entro cui si apprende, si studia, si realizza, si invecchia. Nel cluster 2 non c'è il tempo. Nel cluster 4 sì. Segue **genitori**: nel dipanarsi del tempo ci sono le generazioni (poco più in basso c'è **generazione**). C'è la nascita, c'è la morte vera. Nel cluster 2 il protagonista non ha età, non genera, non è generato. Segue **psicologia**: è il committente della ricerca; sembrerebbe associato a un richiamo al diventare adulti, ad abbandonare il mondo infantile, ad adattarsi alla realtà, al conformismo. Poi c'è **inglese**: la lingua che oggi mette in rapporto, nella realtà, con il mondo altro da sé; anche qui, come nel cluster 2, c'è un mondo da esplorare, ma non è inventato, ci sono veri estranei con cui comunicare. Infine, c'è **figli**: l'adulto che non è più bambino si occupa di bambini, dei propri figli.
In sintesi: il riferire il videogiocare ai bambini non implica una svalutazione, sottolinea una distanza. Quella data dalla funzione adulta, non dall'età: un adulto lavora e produce, un piccolo riceve regali. In questo mondo dove si lavora, si genera, si invecchia, si fanno atti che hanno potere di incidere sulla vita reale, mentre il personaggio del cluster 2 muore e risorge, uccide e viene ucciso, dominando nella fantasia – entro la logica dell'inconscio – la vita e la morte. Qui c'è il rapporto con la realtà esterna. Lavorare, nella realtà esterna e nella nostra cultura, è al centro dell'identità adulta, quella a cui viene conferito potere. Lavorare è incidere sulla realtà esterna, avere un ruolo sociale. Chi non lavora o non lavora più, come gli anziani, non ha quel potere di parola che consente di definire la realtà nella quale viviamo (SPS, 2024). Nella contrapposizione adulto - bambino c'è anche un velo di malinconia: il divenire adulti, lo stare nel mondo reale, comporta incertezze, preoccupazioni, conformismo.

Cluster 3

Variabili illustrative: fino ai diciotto, online. Nel cluster, che si contrappone sia al cluster 2 del primo fattore che al cluster 4 del secondo fattore, le prime parole dense sono **amici**, **gruppo**, **solitudine**, **condividere**, **incontrarsi**. Nel cluster 2 c'è un individuo solo, immerso in una storia che inventa e dove combatte con i mostri. Qui il protagonista è un gruppo di amici entro un mondo reale, fatto di rapporti. Si evita la solitudine. Evitare la solitudine è importante, nella motivazione a fare gruppo. Ma ci sono anche la motivazione del condividere, dell'incontrarsi. Poi c'è **uscire di casa**. L'incontro virtuale diventa reale, permette di esplorare, di uscire dal mondo familiare, noto, per accedere ad un mondo altro che non è inventato, ma da conoscere. Qui non c'è la centralità dello scegliere, ma quella dell'avvicinare, conoscere. Segue **contatto**: "dal lat. *contactus -us*, der. di *contingĕre* 'toccare'". Toccare: "avvicinare la mano (o anche altra parte del corpo) a una persona o a una qualsiasi cosa". Si supera la distanza di rispetto, il rapporto diventa intimo, si esplora la vicinanza. Segue **chat**: si torna nel mondo virtuale, ma tra virtuale e reale non c'è contrapposizione, c'è integrazione. Segue **invitare**: "chiamare gentilmente una persona in casa nostra, offrendole ospitalità, ecc., o proporle di venire in altro luogo, per partecipare insieme con noi a cosa lieta e gradita, a un divertimento e simili". Ci si occupa dell'altro, lo si fa avvicinare fino a farsi toccare, a farlo entrare nella propria casa. Nel cluster 2 l'altro era il mostro, il nemico. E in definitiva non c'era, il mostro e il nemico sono i propri persecutori entro il proprio mondo interno. Qui c'è l'amico, la conflittualità è quasi del tutto bonificata. C'è una relazione tra pari caratterizzata da vicinanza, simmetria, farsi **compagnia** (è la parola che viene dopo invitare). Poi c'è **dal vivo**. Vivo: "che vive, dotato di vita, che ha le funzioni caratteristiche della vita proprie degli organismi viventi […] (contrapposto spesso, in modo esplicito o implicito, a morto)". Dal vivo è anche in diretta, a contatto con il pubblico (per esempio, detto di un concerto). Segue **discutere**: "esaminare attentamente e in modo approfondito una questione, un problema, un argomento, da parte di due o più persone […] Con uso assoluto, litigare, fare contrasti"; in questa armonia tra amici è anche possibile avere uno spazio per le differenze: si discute. Infine, c'è **aiutare**: "prestare ad altri la propria opera in momenti di difficoltà o per cose che non sarebbero capaci di fare da soli".
Il videogioco mette in rapporto persone che sfuggono la solitudine. C'è un gruppo di pari, solidale, che si incontra per condividere, stare assieme, qualche volta discutere. C'è comunità, il non essere soli, dove videogiocare è tutto tranne che isolarsi. È un cluster vivo, con una socialità intensa, dove l'uscire di casa è sia reale che metaforico. È anche la conquista di un proprio spazio dentro la casa. Pensiamo a dei genitori preoccupati: è sempre su rete, ci passa le ore, si isola (da loro). Si recupera potere rispetto al cluster 4, dove chi videogioca è un bambino. Ma anche rispetto al cluster 2, dove si è soli e onnipotenti. In questo cluster ci si invita, si entra in contatto, si discute, ci si aiuta. La distanza, l'online, non rendono meno vere queste emozioni. Lavorare (cluster 4) e creare appartenenza (cluster 3) sono contrapposti: questo fa pensare. Viene alla mente la deriva del lavoro, a partire dagli anni '90, dove è venuta meno la manutenzione dei rapporti che faceva delle organizzazioni lavorative appartenenze da valorizzare. Gli intervistati in rapporto con questo cluster come variabile illustrativa sono giovani anagraficamente: si può pensare sia una cultura giovanile, che si contrappone a quella degli adulti – variabile illustrativa meno giovani – del cluster 4. Nel cluster 4 c'è lo scorrere del tempo, la crescita dall'età infantile alla vecchiaia, ci sono le diverse generazioni. Qui sembra esserci anche una simmetria nelle età; non c'è un passato, non c'è un futuro, c'è il presente.
In sintesi, nel cluster 2, sul polo a sinistra del primo fattore c'è un individuo che elabora la sua estraneità al contesto sociale e l'irrilevanza che ne deriva attraverso la fantasia di conquista di un potere di vita e di morte entro un mondo immaginario e senza tempo dove è protagonista. Contrapposti al cluster 2 e tra loro, troviamo il cluster 4 dove il videogiocare è nel passato infantile di un adulto inserito nel tempo e nel mondo del lavoro, e il cluster 3 che è un mondo di amici impegnati a creare appartenenza solidale tra loro nel presente. La contrapposizione tra cluster 4 e cluster 3 sembra evidenziare una scissione, molto contemporanea, tra il sentirsi produttivi e il valorizzare l'appartenenza.

Quarto fattore

Sul quarto fattore troviamo il cluster 1, contrapposto al cluster 4 che sul secondo fattore è anche contrapposto al cluster 3.

Cluster 1

Tempo, nuovo, interessante, ragazzi, passione sono le prime cinque parole dense. C'è un **tempo** caratterizzato dalla novità. **Nuovo**: "in genere, di cosa fatta o avvenuta o manifestatasi da poco, spesso in contrapposizione diretta a vecchio, antico, e quindi con significato prossimo a recente, attuale, moderno". L'arrivo di tempi innovativi, rivoluzionari (più in basso nel cluster c'è la parola **rivoluzione**), sono una retorica che torna ricorsivamente. Da Cristo in poi, la cultura occidentale ha associato il sentimento che arrivino tempi nuovi con il progresso. Il vissuto di progresso è interessante, perché nella nostra attualità lo abbiamo visto scomparire. Questo nuovo tempo è, appunto, **interessante**: "si dice in genere di tutto ciò che, per la sua novità e singolarità, per intrinseci pregi, per la sua importanza o per altri motivi, si imponga all'attenzione, susciti curiosità, sollevi problemi o eserciti comunque notevole attrazione". Segue **ragazzi**: "dall'arabo raqqāṣ 'fattorino, corriere' […] Chi è nell'età dell'adolescenza o della giovinezza […] il giovane con cui si ha un particolare rapporto e interesse affettivo […] Mozzo di stalla, o servitore in genere […] Garzone, giovane aiutante". Al di là del giovane con cui si ha un rapporto affettivo, gli altri significati indicano rapporti di lavoro subordinati e marginali. Ragazzo è anche chi non lo è anagraficamente, ma ne ha il ruolo; così si può chiamare il cameriere, anche quando è palesemente adulto. È un appellativo rivolto a giovani e meno giovani con basso potere sociale, o ai margini dell'ingresso in un ruolo adulto. Ragazzo/a è qualsiasi persona, anche adulta ma non ancora anziana, dall'incerto profilo sociale, con basso potere. I "ragazzi" qui sono alla riscossa: il tempo nuovo è per loro. Viviamo in un contesto anomico (Carli, 2018b; Paniccia, 2022), dove sono in crisi le regole del gioco condivise e la capacità di guardare al futuro. Qui gli intervistati si definiscono ragazzi, assumendosi l'ambiguità del termine. Nell'ambiguità si mantiene una potenzialità conflittuale. Ricordiamo che le variabili illustrative sono fino ai 18 anni e femmina; c'è una doppia riscossa: del minore, e della donna.
Segue **passione**: "dal latino tardo *passionis*, derivato di *passus*, participio passato di *pati* 'patire, soffrire' […] la passione di Cristo […] Sofferenza spirituale, dolore morale […] sentimento, impressione, sensazione che agisce sull'animo […] sentimento intenso e violento […] Inclinazione vivissima, forte interesse, trasporto […] mancanza di obiettività". Poi c'è **tecnologia**: "vasto settore di ricerca composto da diverse discipline, che ha come oggetto l'applicazione e l'uso degli strumenti tecnici in senso lato, ossia di tutto ciò […] che può essere applicato alla soluzione di problemi pratici". Il post moderno ci ha detto che il progresso è un'illusione, ma a questa *débâcle* sopravvivono le tecnologie. Il medico può essere aggredito nella sua autorità, ma siamo stupefatti dai progressi delle tecnologie mediche. La tecnologia informatica è uno dei pochi settori dove assistiamo a continui sviluppi e conquiste. L'oggetto della passione è la tecnologia nella sua capacità di progredire in un mondo dove pare che tutto involva. I videogiochi sembrano svilupparsi, progredire continuamente. I ragazzi appartengono a questo nuovo mondo, diversamente dagli adulti. A ciascuno la sua sfera di potere. Tra tecnologie e potere economico, politico, c'è rapporto, non sovrapposizione. Qualche volta conflitto. Basti pensare alle risorse dedicate dagli Stati, dalle istituzioni, dalle aziende, alla sicurezza informatica. Il potere delle tecnologie ai ragazzi, il potere economico ai nuovi attori che presidiano il mondo. Dati Istat indicano che il nostro paese ha un ritardo nello sviluppo tecnologico (Istat, 2024). I ragazzi con scarso potere sociale, ma non marginali, si fanno portatori di un movimento in stato nascente grazie alle tecnologie. Segue **gestire**: "provvedere alla gestione di beni, affari, servizi […] amministrare, condurre […] dirigere". Poi c'è **dipendere**: "derivare, procedere, essere causato […] essere in potere, in facoltà di qualcuno". Viene evocata l'importanza della competenza organizzativa per gestire queste nuove risorse. Segue **chiudere**: "ostruire un passaggio […] cingere tutt'intorno uno spazio […] fermare saldamente stringendo fra due parti di un meccanismo […] ostacolare, impedire". Le risorse tecnologiche vanno cinte, difese, vanno a caratterizzare il nuovo mondo, l'identità di chi lo abita. Poi c'è la già commentata parola rivoluzione**,** che rimanda alla potenza esplosiva, sovversiva, di questo nuovo mondo. Segue **nascere**: l'esordio, il venire alla luce di una cosa nuova caratterizza il cluster. Quindi c'è **attenzione**: "processo che permette di concentrare o d'indirizzare l'attività psichica su un determinato oggetto"; l'attenzione richiama la passione, la concentrazione con cui i protagonisti del cluster seguono gli sviluppi della tecnologia. Segue **mondo reale**, poco dopo c'è **mondo virtuale**: i ragazzi sono mediatori tra due mondi. Poi c'è **nerd**: "persona giovane, assorbita dalla passione per il computer e le nuove tecnologie". Ecco chi sono i ragazzi: sono nerd, gli appassionati di nuove tecnologie; Treccani aggiunge: "che si trova a disagio nelle relazioni sociali". La nostra ricerca non conferma questo stereotipo; piuttosto, i nerd vogliono avere una diversa, specifica identità sociale. Nel cluster 1 il videogiocare è vivo più che mai: grazie a quello, i ragazzi sentono di essere dentro al proprio tempo con interesse e passione,

e riescono così ad avere la fiducia di immaginare un presente che ha un futuro, ovvero un presente dove si può sperare.

Terzo fattore
Sul terzo fattore troviamo solo il cluster 5.

Cluster 5

Questo cluster è in rapporto con le variabili illustrative: fino ai 18 anni, maschio, online. Le prime parole dense sono giocatore, vincere, competere, vita reale. **Giocatore** e **vincere** è la prima co-occorrenza. La terza parola è **competere**: "gareggiare, concorrere in rivalità con altri, lottare per riuscir superiore". Poi ci sono **squadra** e **cooperazione**: non è un individuo chi compete, è una squadra, una "formazione organica che prende parte, come insieme unitario, a competizioni collettive". Segue **insultare**: "recare volontariamente grave offesa a una persona e alla sua dignità con parole ingiuriose, con atti che tendono a umiliare o schernire, con un contegno intenzionalmente sprezzante e provocatorio". Si coopera con la propria squadra, si aggredisce quella con cui si compete: non c'è il fair play dello spirito olimpico, tutt'altro. Segue **bravo**: "dallo spagnolo *bravo*, di etimo discusso, probabilmente dal latino *barbărus* nel senso di 'selvaggio, indomito', forse incrociato con pravus 'malvagio' […] Coraggioso, ardimentoso […] abile, esperto, capace nella propria arte o professione". Si ribadisce uno spirito competitivo aggressivo, emerge anche l'individuo in gara contro altri. Seguono **pagamento, campione, carriera**: "la possibilità di accumulare capacità professionali e di salire quindi nella scala gerarchica della professione". Pare che si parli della possibilità di guadagnare e di fare carriera competendo nei giochi su rete, tra squadre, da singoli. Ci sono poi **abbonamento** e **professionale**: troviamo conferma che non è più il gioco dilettante di chi gioca nel tempo libero, qui si fa professionale, comporta un pagamento per partecipare e guadagni. C'è poi una parola interessante: **alter ego**. Un altro me stesso. Vengono alla mente i wrestler che si esibiscono mascherati, assumendo un alter ego. Infine, c'è **miglioramento**: la competenza a gareggiare va sviluppata, migliorata. Di quale cultura parla questo cluster? Ha una sua precisa specificità: con i videogiochi si guadagna, ci si vive, si emerge entro una competizione. La ricerca della competizione e della vittoria si sperimenta nel mondo virtuale e nella vita reale. Il videogioco può inverare un modello di riuscita diverso da quello del cluster 4 dell'adattarsi, per guadagnare, all' "altro mondo", quello reale, "adulto" e insieme conformista. Il cluster 5 mostra una faccia nuova delle comunità dei videogiocatori.

Sintesi del piano fattoriale e conclusioni

I risultati dell'AET dicono che nella cultura del videogioco c'è anche un individuo isolato entro un mondo che crea tramite il gioco, ma i videogiocatori creano anche diverse *community*, varie e differenziate, entro cui riconoscersi "tra simili".
Sul primo fattore, con il cluster 2, quello dell'individuo isolato, si mette in scena l'inconscio. Non c'è il tempo, non c'è la morte, c'è un solo protagonista, il mondo esterno evapora; questo protagonista ha a che fare con dei mostri, le sue fantasie persecutorie, di cui ha continuamente ragione e da cui è continuamente sopraffatto. Tutto questo, peraltro, è tradotto in agìti senza conseguenze drammatiche, come in un film, perché siamo nel mondo virtuale. Il giocatore elabora i suoi mostri e il rapporto con il limite di realtà estremo, impensabile, definitivo, la morte. Questo cluster non è associato a nessuna variabile illustrativa, attraversa tutta l'esperienza del videogiocare, di cui è un importante organizzatore. Interagisce con due mondi della socialità, rappresentati dai cluster 3 e 4, che si contrappongono al cluster 2, a loro volta contrapposti tra loro sul secondo fattore. Di che socialità si tratta? Nel cluster 3 c'è una socialità amicale, fatta di molteplici modi di incontro, dove tra online e presenza c'è una continuità emozionale se non fattuale molto intensa, e si costruisce un'appartenenza quasi bonificata dal conflitto, ma anche dalle differenze. Sembra un'isola felice, caratterizzata dalla solidarietà, senza il pepe delle differenze e del conflitto. Si può ipotizzare che differenze e conflitto ci siano con il resto del mondo, sono esportati lì; quindi dentro questa cultura non ci sono, è una cultura bonificata. Comunque, è un mondo vivo, affettivo.

Il cluster contrapposto, il cluster 4, è invece calato nel mondo "reale", e forse per questo è un po' venato di malinconia. Il videogiocatore, assunta la sua veste adulta, accetta un conformismo sociale, quello del diventare adulto appunto, quindi del lavorare, del guadagnare, con il costo di "crescere", di separarsi dal mondo infantile dei videogiochi, di "normalizzarsi".
La contrapposizione tra cluster 2 e cluster 3 e 4 è la socialità; quella tra cluster 3 e 4 è una socialità connotata dall'appartenenza accogliente e sdifferenziante il 3; una socialità connotata dallo scorrere del tempo, dalla crescita, dall'accettare il conformismo adulto, la produttività prevista dal lavoro il 4.
Al cluster 4 si contrappone il cluster 1: il cluster 4 è il mondo noto, conforme alle attese; nel cluster 1 c'è un mondo nuovo, appassionante nella sua novità, permesso dal progresso delle tecnologie. Il nuovo mondo nascerà dalla caduta dei confini tra mondo virtuale e reale, e il progresso torna alla ribalta, dopo essere stato tolto di mezzo da quasi tutti gli ambiti della vita contemporanea. Vi torna attraverso le tecnologie, che sono l'unico settore nel quale sembra che l'uomo contemporaneo riesca a progredire. C'è la speranza di un futuro dove possono succedere cose inedite finalmente non catastrofiche, come l'aria del nostro tempo anomico sembra invece dirci in tutti gli altri aspetti, o quasi, della vita.
Infine, c'è un'altra cultura, quella del cluster 5, che se ne sta per i fatti suoi sul terzo fattore. È la cultura della competizione per squadre, ma anche dell'emergere del singolo più bravo di tutti gli altri, entro relazioni aggressive, di competizione agguerrita. È un mondo che vive nella rete, con un seguito di numerosi spettatori oltreché di numerosi videogiocatori. Questo cluster corrisponde all'evoluzione attuale del videogioco, che sembra volersi sostituire al cosiddetto mondo reale, diventando una professione.
Come psicoterapeuti ad orientamento psicoanalitico, interessati a leggere le culture della contemporaneità, ci siamo proposti di esplorare la soggettività del videogiocare dando la parola ai videogiocatori, per produrre conoscenza e letteratura sulle loro culture. Nei nostri interventi entro i più diversi setting – lo studio, la scuola, i servizi sociosanitari – avevamo colto le potenzialità di socializzazione del videogioco, al di là delle sue componenti apparentemente anomiche, spesso stigmatizzate nei contesti di convivenza (appartenenze familiari, scuole, luoghi di lavoro ecc.).
Grazie alla ricerca, è stato possibile riconoscere la ricchezza delle forme di aggregazione sviluppatesi intorno al videogioco, anche quando assumono valenza conflittuale verso un mondo conforme, "adulto". Tali forme di rapporto, inedite, caratterizzano generazioni che hanno vissuto una progressiva perdita di potere in società, dagli anni '70 in poi. Da studi demografici ed economici è possibile, infatti, rilevare come alcune delle mete adulte ritenute "tradizionali" (sposarsi, acquistare casa, avere figli) siano diventate difficili se non impossibili da raggiungere per le generazioni nate negli ultimi decenni (Paniccia et al., 2019). A fronte di questi cambiamenti, le nuove modalità di gioco tecnologico hanno offerto spazi virtuali in cui coltivare non solo fughe dalla realtà, ma veri e propri mondi di rapporto. Lette in quest'ottica, appaiono soluzioni intelligenti, trasgressive, per condividere emozionalità complesse e sviluppare nuove appartenenze in modo creativo. La marginalità a cui avrebbero potuto sentirsi condannati i giovani, nel susseguirsi di crisi economico-finanziarie e soprattutto culturali, anche grazie al videogiocare si è trasformata in stimolo per sviluppare nuove forme di convivenza, contribuendo a una riorganizzazione dei rapporti sociali e a un'elaborazione dell'ambivalenza verso i cambiamenti in corso.
Entro lo spazio culturale evidenziato dalla ricerca (spazio fattoriale sotto un profilo statistico), l'uso del videogioco rappresenta la possibilità di ricreare dei propri mondi di esistenza, con nuove modalità di appartenenza e produttività. L'apparente eccentricità, anche rischiosa, talvolta attribuita dal senso comune ai videogiocatori, deriva da un approccio semplificato a questa realtà, che, se esplorata in un'ottica non diagnosticante, rivela un'interessante ricchezza di codici culturali condivisi.
Anche gli studi storici e sociologici ci hanno aiutato a riconoscere nel videogioco una "cosa terza", che favorisce l'instaurare e coltivare rapporti, contribuendo allo sviluppo di culture giovanili divergenti e interessanti, evolutesi nel tempo, che rispecchiano i cambiamenti sociali avvenuti nel corso degli anni: dal successo dell'informatica, a quello delle *sale giochi*, fino alla diffusione della cultura televisiva, preliminare al boom delle *consolle* da casa, e alla più recente contaminazione con internet, nei *videogame* in *multi-player online*. I risultati dell'AET hanno segnalato chiaramente come uno scopo implicito, tra videogiocatori, sia quello di creare *community*, entro cui riconoscersi "tra simili". Alla cultura del singolo che reifica il proprio mondo interno nel videogioco (cluster 2), pur rilevante, visto che organizza uno dei poli del primo fattore, si contrappongono o si affiancano molteplici culture che rielaborano le tematiche fondamentali della vita sociale, come l'appartenenza sperimentata entro una comunità affettiva (cluster 3), la produttività e la generatività permesse dall'aderire al conformismo adulto dal quale comunque non ci esclude (cluster 4), quella derivante

dalla competitività esasperata sia di squadra che individualista (cluster 5), quella invece innovativa, creatrice di un mondo nuovo, connessa al progresso tecnologico (cluster 1). Tutte queste culture rivelano un'interessante rielaborazione di temi relativi al potere e alla dipendenza, economica e affettiva. Le differenti *community* sono a volte in relazione con specifiche variabili illustrative che, lo ricordiamo, non generano i dati, ma appunto aiutano a illustrarli, capirli. Mettono in rapporto, ad esempio, i minori di 18 anni, maschi, online, con una domanda di gioco agonistico, più che d'intrattenimento, che permetta di sviluppare "squadre" competitive, come pure eccellenze individuali tramite cui emergere, per abitare un mondo che pare non aver più bisogno di altro che di sé stesso anche per avere adeguati guadagni per vivere. Viene alla mente l'adolescente che in una seduta di psicoterapia – dove è stato "spedito" dai genitori perché non va a scuola – spiega al perplesso psicoterapeuta che non è uno sprovveduto, ha un progetto di guadagno e di vita pensato in modo affidabile, perché conosce le risorse della rete. Oppure ricordiamo gli alunni di quinta elementare di una scuola dove è in corso un intervento psicosociale, che dicono agli psicologi che loro non apprendono a scuola, ma dalla rete. Questo mentre insegnanti e genitori li patologizzano per le ore passate sulla rete, appunto. Sembra più un dialogo tra sordi che una ponderata preoccupazione adulta verso minori in crisi. Con il cluster del nuovo mondo connotato da progresso e permesso dall'innovazione tecnologica, troviamo invece in rapporto l'età fino ai 18 anni, il genere femminile, l'online: una doppia etichetta emarginante, donna e minore, che trova un contesto di riscossa, entro un sentimento di vera e propria rivoluzione. Infine – è l'ultimo rapporto da segnalare tra variabili illustrative e cluster – il cluster 4, quello del "mondo adulto" è in rapporto con l'età oltre i 19 anni. Il cluster 2, quello del "mondo interno" non ha alcun rapporto con variabili illustrative: è di tutti indistintamente: è una sorta di emozione di base che può essere conclusiva come evolvere, interagire con le altre culture.

Questi variegati contesti di relazione permessi dal videogioco appaiono come interessanti alternative alle posizioni lamentose o reattive nei confronti delle ritualità familiari, o dell'obbligo scolastico, attribuite a volte troppo scontatamente ai minori o ai "giovani" in generale (e sappiamo che oggi puoi essere "giovane" fin oltre i quaranta). La ricerca ci ha permesso anche di vedere come le diverse culture abbiano differenti domande verso gli sviluppatori di giochi (che siano agonistico-competitivi, d'avventura in *single-player*, eccetera); il successo in termini di marketing può essere letto come competenza a intercettare tale domanda. Si potrebbe dire che alla domanda originaria, di giochi - narrazioni epiche, con un personaggio alle prese con avventure entro scenari di fantasia (cluster 2) se n'è è aggiunta negli anni un'altra differenziata in più componenti: una agonistica, volta al guadagno, del tipo *mors tua vita mea* (cluster 5); una dove prevale la costruzione di un'appartenenza solidale (cluster 3), una dove si investe sulla comparsa di un mondo nuovo dove forse appartenenza e produttività si ricongiungono (cluster 1).

I videogiochi contribuiscono a sostenere la domanda, tra giocatori, di sviluppo di rapporti. La creazione di nuove forme di aggregazione (tornei di *e-Sports, convention* di *Otaku* appassionati di *manga* e *anime*, fiere dedicate al *cosplaying* ecc.) appare come espressione della domanda di socializzazione dei giocatori, in forme anticonformiste, specifiche.

Pensiamo questa ricerca come uno studio pilota, grazie al quale riconoscere nuove domande da intercettare, ritenendo la conoscenza prodotta interessante per i colleghi psicologi, per i membri delle *community* di videogiocatori, per gli addetti ai lavori. Questi ultimi sono potenziali clienti da interrogare, sia per una verifica delle ipotesi fatte, sia per l'individuazione di linee di sviluppo per la professione psicologica.

Bibliografia

Accordi Rickards, M. (2020). *Storia del videogioco: Dagli anni Cinquanta a oggi* [History of videogames: From the 1950s to today]. Roma: Carocci Editore.

Aguglia, E., Signorelli, M. S., Pollicino, C., Arcidiacono, E. & Petralia, A. (2010). Il fenomeno dell'hikikomori: Cultural bound o quadro psicopatologico emergente? [Hikikomori phenomenon: Cultural bound or emergent psychopathology?]. *Giornale Italiano di Psicopatologia*, *16*, 157-164. Retrieved from https://old.jpsychopathol.it/wp-content/uploads/2015/07/05Aguglia1.pdf

Ariemma, T. (2023). *Filosofia del gaming: Da Talete alla Playstation* [Gaming philosophy: From Thales to the Playstation]. Roma: Edizioni Tlon.

Baiano, D. (2022). L'intervento psicologico nelle politiche per il lavoro [Psychological intervention in employment policies]. *Quaderni di Psicologia Clinica*, (*10*)2, 44-58. Retrieved from https://quadernidipsicologiaclinica.com/index.php/quaderni/article/view/889

Calleja, G. (2011). *In-game: From immersion to incorporation*. Cambridge: The Mitt Press.

Cantone, D. & Laudanno, A. (2013). Il fenomeno cosplay: Tra fandom, identità di espressione del disagio [The cosplay phenomenon: Between fandom, identity, and expression of discomfort]. *Rivista di Psicologia Clinica, 13*(2), 72-79. Retrieved from https://quadernidipsicologiaclinica.com/index.php/rpc-archivio/issue/archive

Carli, R. (2002). *Culture giovanili: Proposte per un intervento psicologico nella scuola* [Youth cultures: Proposals for a psychological intervention in school]. Milano: Franco Angeli.

Carli, R. (2018a). Potere, questione morale, economia: La committenza dell'intervento psicologico dagli anni Settanta ad oggi [Power, morality, economy: The commissioning of psychological intervention from the Seventies to today]. *Quaderni di Psicologia Clinica,* (1), 4-20. Retrieved from https://quadernidipsicologiaclinica.com/index.php/quaderni/article/view/713

Carli, R. (2018b). Le basi originarie dell'anomia: Il vissuto di essere generati (a propria insaputa) [The original bases of the anomie: The feeling of being generated (without knowing)]. *Quaderni di Psicologia Clinica*, (1), 64-73. Retrieved from https://quadernidipsicologiaclinica.com/index.php/quaderni/article/view/709

Carli, R., Di Ninni, A., Paniccia, R. M., Alecci, E., Aloi, C.V., Ambrosino, S., … & Zanocco, M. (2020). La rappresentazione dell'esordio della pandemia Covid-19 e del conseguente lockdown in Italia: Una ricerca psicosociale a cura di SPS, Studio di Psicosociologia di Roma [The representation of the onset of the Covid-19 pandemic and the consequent lockdown in Italy: A psychosocial research by SPS, Studio di Psicosociologia of Rome]. *Rivista di Psicologia Clinica, 15*(2), 28-63. Retrieved from https://quadernidipsicologiaclinica.com/index.php/rpc-archivio/issue/archive

Carli, R., & Paniccia, R. M. (2002). *L'Analisi Emozionale del Testo: Uno strumento psicologico per leggere testi e discorsi*. [The Emotional Text Analysis: A psychological tool for reading texts and discourses]. Milano: Franco Angeli.

Carli, R. & Paniccia, R. M. (2004). *Analisi della domanda: Teoria e tecnica dell'intervento in psicologia clinica* [Analysis of the demand: Theory and technique of intervention in clinical psychology]. Bologna: Il Mulino.

Carli, R., Paniccia, R. M., Giovagnoli, F., Carbone, A., & Bucci, F. (2016). Emotional Textual Analysis. In L.A. Jason & D.S. Glenwick (Eds.), *Handbook of methodological approaches to community-based research: Qualitative, quantitative, and mixed methods*, (pp. 111-117). New York, NY: Oxford University Press.

Consalvo, M., Begy, J., Browne, P., Ganzon, S., Scully-Blaker, R. & Waldie, R. (2018). Finding sociality in single player games: A case study of tandem play amongst friends and couples. *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences*. Retrieved from http://hdl.handle.net/10125/50125

Del Gaudio, V. & Ruffino, P. (2021). Gli e-Sports nel panorama contemporaneo [E-Sports in the contemporary landscape]. *Eracle. Journal of Sport and Social Sciences*, *4*(1), 1-10. doi: 10.6093/2611-6693/8515

Ekin, C. C., Polat, E., & Hopcan, S. (2023). Drawing the big picture of games in education: A topic modeling-based review of past 55 years. *Computers & Education*, *194*(2), 104700. doi: 10.1016/j.compedu.2022.104700

Entertainment Software Association (2024). *Essential facts about the U.S. video game industry.* Retrieved from https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2024/05/Essential-Facts-2024-FINAL.pdf

Fahey, M. (2016). *The Legend of Zelda was born 30 years ago today, on an ugly little floppy disc.* Retrieved from https://kotaku.com/the-legend-of-zelda-was-born-30-years-ago-today-1760413422

Fishman, A. (2019). *Video games are social spaces: How video games help people connect*. Retrieved from https://www.jcfs.org/response/blog/video-games-are-social-spaces-how-video-games-help-people-connect

Harrison, J.E., Weber, S., Jakob, R. & Chute, C.G. (2021). ICD-11: An international classification of diseases for the twenty-first century. *BMC medical informatics and decision making*, *21*(6), 1-10. Retrieved from https://bmcmedinformdecismak.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12911-021-01534-6

Huizinga, J. (2002). *Homo Ludens* (A. Vita, Trans.). Torino: Einaudi (Original work published 1939).

Istat (2024). *Decennio digitale e capitale umano: Il ritardo nell'Italia nelle competenze* [Digital decade and human capital: Italy's delay in skills]. Retrieved from https://www.istat.it/it/files/2024/06/STATISTICA_TODAY_ICT_2023.pdf

Kalning, K. (2007). *If Second Life isn't a game, what is it?*. Retrieved from https://www.nbcnews.com/id/wbna17538999

Kent, S. L. (2001). *The ultimate history of video games: From Pong to Pokemon. The story behind the craze that touched our lives and changed the world.* New York: Crown.

Kowert, R., Domahidi, E., & Quandt, T. (2014). The relationship between online video game involvement and gaming-related friendships among emotionally sensitive individuals. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *17*(7), 447-453. doi: 10.1089/cyber.2013.0656

Kowert, R., & Kaye, L. (2018). Video games are not socially isolating. In C. J. Ferguson (Ed.) *Video game influences on aggression, cognition, and attention* (pp. 185-195). Berlin: Springer Nature.

Lancia, F. (2004). *Strumenti per l'analisi dei testi: Introduzione all'uso di T-LAB* [Text analysis tools: Introduction to the use of T-LAB]. Milano: Franco Angeli.

Leoni, D. (2024), *La morte delle consolle è vicina? C'è chi sarebbe molto contento se scomparissero del tutto* [Is the death of consoles near? There are those who would be very happy if they disappeared completely]. Retrieved from https://www.everyeye.it/notizie/morte-console-vicina-e-chi-contento-scomparissero-tutto-709884.html

Maeno, K. (1985). Namco: Makers of the Video Age. *Journal of Japanese Trade & Industry, 4,* 38-40. Retrieved from https://www.jef.or.jp/journal/pdf/venture_8507.pdf

Mayer, R.E. (2019). Computer games in education. *Annual Review of Psychology*, *70*, 531-549. doi: 10.1146/annurev-psych-010418-102744

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

Newman, M. Z. (2018). *Atari age: The emergence of video games in America*. Cambridge: The MIT Press.

Niagara Recovery Staff (2023). *50 video game addiction statistics & facts*. Retrieved from www.niagararecovery.com/blog/video-game-addiction-statistics

Paniccia, R. M. (2022). Editoriale. *Quaderni di Psicologia Clinica*, *10*(1), 1-4. Retrieved from https://quadernidipsicologiaclinica.com/index.php/quaderni/article/view/888

Paniccia, R. M., Giovagnoli, F., & Caputo, A. (2014). L'assistenza domiciliare per anziani. Il caso dell'Italia: La badante [In-home elder care. The case of Italy: The badante]. *Rivista di Psicologia Clinica,* (2), 60-83. Retrieved from https://quadernidipsicologiaclinica.com/index.php/rpc-archivio/issue/archive

Paniccia, R. M., Giovagnoli, F., Caputo, A., Donatiello, G., & Cappelli, T. (2019). Il fallimento delle "mete adulte tradizionali" per i giovani d'oggi: Nuove coabitazioni e nuove convivenze [The failure of "traditional adult goals" for today's young people: New cohabitations and new coexistences]. *Rivista di Psicologia Clinica*, *14*(2), 21-54. Retrieved from https://quadernidipsicologiaclinica.com/index.php/rpc-archivio/issue/archive

Patten, F. (2004). *Watching anime, reading manga: 25 years of essays and reviews*. Berkley: Stone Bridge Press.

Riviera, A. (2024). *Il boss di Tekken spiega che i giovani non sanno perdere* [Tekken boss explains that young people don't know how to lose]. Retrieved from https://www.tomshw.it/videogioco/il-boss-di-tekken-spiega-che-i-giovani-non-sanno-perdere

Ruotsalainen, M., & Välisalo, T. (2021). E-Sports fandom in the age of transmedia: The reception of the overwatch league. *Eracle. Journal of Sport and Social Sciences*, *4*(1), 11-35. doi: 10.6093/2611-6693/8517

Rogers, E. M., & Larsen, J. K. (1984). *Silicon Valley fever*. Mishawaka: Basic Books.

Salvatore, S., Quarta, R., & Andrisano Ruggieri, R. (2010). Videogiochi a contenuto violento ed aggressività: Un modello semiotico della loro relazione [Violent video games and aggression: A semiotic model of their relationship]. *Psicologia Scolastica*, *9*, 51-74. Retrieved from http://hdl.handle.net/11386/3000801

Savage, J. (2009). *L'invenzione dei giovani* [Teenage: The creation of youth culture] (G. Carlotti, Trans.). Milano: Feltrinelli (Original work published 2007).

Smith, A. (2019). *They create worlds: The story of the people and companies that shaped the video game industry*. *Vol. 1, 1971 - 1982*. Milton Park: CRC Press.

SPS Studio di Psicosociologia (2021a). Convivere con il virus: Una ricerca psicosociale sui vissuti caratterizzanti la seconda ondata di Covid-19 [Living with the virus: Psychological research on the experiences characterizing the second wave of Covid-19]. *Rivista di Psicologia Clinica, 16*(1)*,* 38-61. Retrieved from https://quadernidipsicologiaclinica.com/index.php/rpc-archivio/issue/archive

SPS Studio di Psicosociologia (2021b). Neo madri: Una ricerca sul vissuto circa il loro ruolo di madri, di donne che hanno avuto un bambino da poco [New mothers: A research on the experience of women who have recently had a baby about their role as mothers]. *Rivista di Psicologia Clinica*, *16*(1), 62-86. Retrieved from https://quadernidipsicologiaclinica.com/index.php/rpc-archivio/issue/archive

SPS Studio di Psicosociologia (2022). Neo padri: Una ricerca sul vissuto, circa il loro ruolo di padri, di uomini che hanno avuto un bambino da poco [New fathers: A research study on the emotional experiences, about their role as fathers, of men whom a child was born to recently]. *Quaderni di Psicologia Clinica*, *10*(2), 19-43. Retrieved from https://www.quadernidipsicologiaclinica.com/index.php/quaderni/article/view/899

SPS Studio di Psicosociologia (2023). I cambiamenti della famiglia italiana visti attraverso il pranzo di Natale [The changes of the Italian family seen through the Christmas lunch]. *Quaderni di Psicologia Clinica*, *11*(2), 22-54. Retrieved from https://quadernidipsicologiaclinica.com/index.php/quaderni/article/view/937

SPS Studio di Psicosociologia (2024). Incontrare il desiderio degli anziani: Una ricerca-intervento sullo stato anziano realizzata nei corsi di attività fisica adattata (AFA) della Lunigiana, in due Centri Sociali Anziani di Roma, presso due gruppi di cittadini dei due territori [Meeting the desire of the elderly: A research-intervention on the elderly state carried out in adapted physical activity courses (AFA) in Lunigiana, in the Elderly Social Centers of Rome and in two groups of citizen of the two territories]. *Quaderni di Psicologia Clinica*, *12*(2), 42-68. Retrieved from https://quadernidipsicologiaclinica.com/index.php/quaderni/article/view/962

Taylor, T. L. (2006). *Play between worlds: Exploring online game culture*. Cambridge: The MIT Press.

Taylor, T. L. (2012) *Raising the stakes: E-Sports and the professionalization of computer gaming.* Cambridge: The MIT Press.

Tomarchio, M., & Ulivieri, S. (2015). *Pedagogia militante: Diritti, culture, territori* [Militant Pedagogy: Rights, Cultures, Territories]. Pisa: ETS Edizioni.

Välisalo, T., & Ruotsalainen, M. (2022). Sexuality does not belong to the game: Discourses in Overwatch Community and the Privilege of Belonging. *Game Studies: The international journal of computer game research*, *22*(3). Retrieved from https://gamestudies.org/2203/articles/valisalo_ruotsalainen

Vardalas, J. N. (2001). *The computer revolution in Canada: Building national technological competence*. Cambridge: MIT Press.

Video Games Europe (2023). *European Key Facts.* Retrieved from https://www.videogameseurope.eu/wp-content/uploads/2023/08/Video-Games-Europe_Key-Facts-2022_FINAL.pdf

Vocabolario Treccani online (2022). Retrieved from https://www.treccani.it/vocabolario

Volpi, A. (2019). *Parole ribelli: Storia di una frattura generazionale (1950-1960)* [Rebel Words: A Story of a Generational Divide (1950-1960)]. Pisa: Pisa University Press.

Whittaker, J. (2004). *The cyberspace handbook.* London: Routledge.

World Health Organization (2015). *World report on ageing and health*. Retrieved from https://apps.who.int/iris/handle/10665/186463

World Health Organization (2019). *Gaming disorder.* Retrieved from https://www.who.int/standards/classifications/frequently-asked-questions/gaming-disorder

World Health Organization (2021). *Global report on ageism*. Retrieved from https://www.who.int/publications/i/item/9789240016866

Zampini A. (2024). *Anche il linguaggio dei videogiochi ha le sue "frasi fatte"* [Even the language of video games has its "set phrases"]. Retrieved from https://www.ilpost.it/2024/04/12/videogiochi-frasi-fatte/