



A cura di
**Carmelo Lombardo,
Sergio Mauceri**

La società catastrofica

Vita e relazioni sociali
ai tempi dell'emergenza Covid-19



FrancoAngeli
OPEN  ACCESS

IL RICCIO E LA VOLPE

Studi, ricerche e percorsi di sociologia



Il presente volume è pubblicato in open access, ossia il file dell'intero lavoro è liberamente scaricabile dalla piattaforma **FrancoAngeli Open Access** (<http://bit.ly/francoangeli-oa>).

FrancoAngeli Open Access è la piattaforma per pubblicare articoli e monografie, rispettando gli standard etici e qualitativi e la messa a disposizione dei contenuti ad accesso aperto. Oltre a garantire il deposito nei maggiori archivi e repository internazionali OA, la sua integrazione con tutto il ricco catalogo di riviste e collane FrancoAngeli massimizza la visibilità, favorisce facilità di ricerca per l'utente e possibilità di impatto per l'autore.

Per saperne di più:

http://www.francoangeli.it/come_publicare/publicare_19.asp

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

A cura di
**Carmelo Lombardo,
Sergio Mauceri**

La società catastrofica
Vita e relazioni sociali
ai tempi dell'emergenza Covid-19

FrancoAngeli

Questo volume è stato pubblicato con il contributo del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale di Sapienza Università di Roma.

Copyright © 2020 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore ed è pubblicata in versione digitale con licenza *Creative Commons Attribuzione-Non Commerciale-Non opere derivate 4.0 Internazionale* (CC-BY-NC-ND 4.0)

L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunica sul sito
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it>

Indice

Prefazione , di Alberto Marinelli	pag.	11
Introduzione , di Carmelo Lombardo e Sergio Mauceri	»	15
1. Un'indagine sociologica sull'emergenza Coronavirus.		
Note sul disegno della ricerca , di Isabella Mingo, Sergio Mauceri, Maria Paola Faggiano, Luca Di Censi	»	17
1.1. Una <i>web survey</i> aperta in piena pandemia. Strategia di conduzione della ricerca online	»	17
1.2. Il fabbisogno informativo dell'indagine e la progettazione del questionario	»	23
1.3. L'implementazione del questionario online e la sponsorizzazione su Facebook	»	29
1.4. Chi ha partecipato alla <i>web survey</i> ? Il profilo del campione	»	33
2. Gli italiani sotto l'onda anomala dell'emergenza. Il dominio dell'apprensione tra rischi percepiti e com- portamenti responsabili , di Bruno Mazzara, Sergio Mauceri, Mihaela Gavrila	»	38
2.1. Introduzione	»	38
2.2. La salute come diritto individuale e sociale. La forza centripeta dell'apprensione	»	42
2.3. Gli orizzonti del rischio: le origini dell'ansietà collettiva	»	48
2.4. Il livello di prudenza: i comportamenti responsabili degli italiani	»	50
2.5. Profili tipizzati a confronto: tra apprensione, ritiro sociale e rassicurazione	»	52
2.6. Conclusioni	»	56

3. #IoRestoACasa: i mutamenti negli stili di vita e nelle relazioni familiari, di Isabella Mingo, Paola Panarese,

Stefano Nobile	pag.	58
3.1. Effetto Covid-19: la sacralizzazione del quotidiano	»	58
3.2. Spazi, relazioni e (in)soddisfazioni nel confinamento forzato	»	61
3.3. Le attività <i>outdoor</i> in tempi di emergenza	»	63
3.4. La revisione della quotidianità tra lavoro di cura, ozio e <i>loisir</i>	»	66
3.5. Tra Apatici e Iperattivi: un approccio multidimensionale ai cambiamenti negli stili di vita	»	69
3.6. In conclusione: resistenza e resilienza ai tempi del Covid-19	»	74

4. Le conseguenze sull'attività professionale: tra incertezze e opportunità, di Alberto Mattiacci,

Mariella Nocenzi, Fabiola Sfofera, Cristina Sofia	»	77
4.1. La riconfigurazione delle modalità di svolgimento del lavoro: tra autonomia e flessibilità	»	77
4.2. Welfare aziendale e benessere dei lavoratori	»	79
4.3. La diffusione dello <i>smartworking</i> in Italia prima della pandemia	»	82
4.4. Una tipologia di <i>smartworker</i>	»	85
4.5. La dimensione relazionale nel contesto familiare degli <i>smartworker</i>	»	87
4.6. La percezione di efficienza ed efficacia lavorativa	»	89
4.7. La percezione del futuro	»	92
4.8. Alcune note conclusive	»	93

5. L'esperienza della Didattica a Distanza (DaD),

di Antonio Fasanella, Veronica Lo Presti, Fiorenzo Parziale	»	95
5.1. Obiettivi dell'indagine e percorso analitico	»	95
5.2. La Didattica a Distanza dopo l'emergenza Covid-19: norme, pratiche ed esperienze in Italia	»	96
5.3. L'impatto della DaD sulla partecipazione alle lezioni e sul carico di lavoro degli studenti	»	102
5.4. La valutazione delle attività didattiche online	»	107
5.5. Classificare gli studenti alle prese con la nuova didattica	»	112
5.6. Osservazioni conclusive	»	114

6. L'informazione in emergenza: i canali informativi e l'affidabilità delle fonti istituzionali, di Christian Ruggiero, Patrizia Laurano, Giovanni Brancato	pag.	117
6.1. Un'emergenza diversa dalle precedenti	»	117
6.2. La dieta informativa durante la Fase 1 della pandemia	»	119
6.3. L'affidabilità delle fonti informative istituzionali: la rivincita della scienza	»	124
6.4. Tirando le somme: pratiche di disintermediazione e routinizzazione come risposte all'emergenza	»	130
7. L'uso delle tecnologie digitali, di Felice Addeo, Maria Carmela Catone, Fiorenzo Parziale	»	133
7.1. L'adattamento a una situazione imprevista attraverso il ricorso alle tecnologie digitali: tre tendenze generali	»	133
7.2. Le attività svolte sui social network	»	141
7.3. Il consumo dei social network: tra necessità e diffidenza	»	146
8. La valutazione delle politiche governative, di Stefano Scarcella Prandstraller, Maria Dentale	»	152
8.1. Le politiche governative all'indomani del 9 marzo. Fattori di rischio per la riproduzione delle diseguaglianze	»	152
8.2. Distanziamento e solidarietà nei processi decisionali adottati in tempi di crisi: un binomio difficile, ma possibile	»	157
8.3. Conclusioni: la <i>safetycracy</i> come paradigma del potere	»	163
9. Angoscia e identità di immagine. Differenza fra guerra e pandemia, di Maurizio Bonolis, Giovanna Gianturco, Barbara Sonzogni	»	169
9.1. Due ordini di sconvolgimento	»	169
9.2. Lutto e distacco. Evidenze empiriche	»	172
9.3. Dimensionalità <i>macro</i> e dimensionalità <i>micro</i>	»	178
10. Il silenzio delle sirene. Le strutture della temporalità fra spazio d'esperienza e orizzonte delle possibilità, di Carmelo Lombardo, Maria Paola Faggiano, Lorenzo Sabetta	»	181
10.1. Il futuro come orizzonte culturale	»	181

10.2. Aspettative, avvenire, strutture della temporalità. Il tempo (futuro) ai tempi del Coronavirus	pag.	184
10.3. Vicina o lontana? Le aspettative sociali di durata, la fine dell'emergenza e la struttura della linea dell'orizzonte	»	186
10.4. L'allineamento fra desideri, credenze e opportunità	»	190
10.5. Meccanismi adattivi e processi cumulativi	»	196
11. L'evoluzione dell'emergenza, di Maria Concetta Pitrone, Fabrizio Martire, Sara Pastore	»	202
11.1. Dall'indagine pilota al progetto di ricerca "La vita ai tempi del Coronavirus"	»	202
11.2. Dalla prima rilevazione ai risultati d'indagine	»	203
11.3. La paura del contagio: la percezione del rischio e l'andamento degli stati d'animo	»	204
11.4. Il bisogno di sicurezza: le modalità di controllo individuale e la ricerca di protezione nelle istituzioni	»	207
11.5. La partecipazione all'indagine	»	211
11.6. Oltre l'emergenza: alcune possibili linee di ricerca	»	212
12. Covid-19 e gruppi Facebook: l'universo social dei significati creati attorno all'emergenza, di Pierluigi Cervelli, Sara Pastore	»	216
12.1. Distanti ma uniti dalle <i>community</i> dei social network	»	216
12.2. L'analisi dei gruppi Facebook dell'emergenza Covid-19	»	217
12.3. Gli stati d'animo degli utenti dei social network durante l'emergenza: tra il dato campionario e l'analisi dei gruppi Facebook	»	223
12.4. L'analisi semiotica del contenuto: l'immagine del rischio	»	225
12.5. La semiosi del contagio	»	227
12.6. Conclusioni	»	229
Postfazione. Covid-19 e scienze sociali empiriche: una prospettiva pubblica per la ricerca, di Paolo De Nardis	»	231
Riferimenti bibliografici	»	245
Gli autori	»	261

Allegato 1 – Il questionario: *pubblicato online*
Appendici ai Capitoli: *pubblicate online*
Appendice statistico-descrittiva, di Luca Di Censi:
pubblicata online

7. *L'uso delle tecnologie digitali*

di *Felice Addeo, Maria Carmela Catone, Fiorenzo Parziale**

7.1. L'adattamento a una situazione imprevista attraverso il ricorso alle tecnologie digitali: tre tendenze generali

La capacità di fronteggiare la drammatica situazione derivante dalla diffusione del virus non è risultata egualmente distribuita nella popolazione italiana. Ad esempio, la possibilità di continuare a fruire del reddito da lavoro, così come la disponibilità di adeguati risparmi, senz'altro ha creato uno spartiacque tra i soggetti più protetti e quelli che hanno sofferto maggiormente l'interruzione, quasi completa, della vita economica nei mesi di marzo ed aprile.

Insieme a questo aspetto, non va trascurato il fatto che risorse più squisitamente immateriali sembrano aver influito in una certa misura sugli atteggiamenti ed i comportamenti adottati per rispondere al profondo cambiamento della vita sociale. Infatti, i dati a nostra disposizione portano a pensare che gli individui siano diversificati per tipo di repertorio culturale dal quale riescono ad attingere le risorse cognitive per ristrutturare la propria vita quotidiana in caso di un suo cambiamento profondo. A questo proposito, per quanto concerne il nostro oggetto di riflessione, si può sostenere che a partire dal marzo del 2020 il consumo mediale ha rappresentato uno degli strumenti di “resilienza”, ossia di adattamento alla nuova situazione, imposta dalla pandemia.

La condizione di segregazione domestica ha implicato una riformulazione non solo degli impegni familiari, lavorativi e di studio, ma anche della più profonda capacità di mantenere le relazioni sociali.

Le tecnologie digitali si sono dimostrate particolarmente congeniali alla

* Pur essendo il capitolo il frutto di un impegno condiviso, il paragrafo 7.1., è attribuibile a Fiorenzo Parziale, il paragrafo 7.2. è stato redatto da Maria Carmela Catone, il paragrafo 7.3. è stato scritto da Felice Addeo.

surrogazione delle interazioni affettive con familiari ed amici, dando vita a una forma radicale di “addomesticazione” dei media (Silverman, 2006) che ha coinvolto anche quelli di nuova generazione, connessi alla rivoluzione del web 2.0 (Boccia Artieri, 2017; Jenkins, 2006) e già tecnicamente predisposti al loro impiego anche in ambiente domestico.

L'utilità delle tecnologie digitali rispetto alla soddisfazione dei bisogni relazionali è ben testimoniata dall'incremento generalizzato della frequenza con cui sono stati impiegati i nuovi media in seguito alle restrizioni imposte dal governo per far fronte alla diffusione del contagio.

In particolare, oltre i tre quarti degli intervistati hanno dichiarato un aumento nell'effettuazione di chiamate o videochiamate da pc o cellulare. Minore invece è stata l'intensificazione di altre attività realizzate sempre con l'ausilio delle tecnologie digitali. Ad esempio, solo un quinto degli intervistati ha aumentato la frequenza nell'uso dei videogames, oppure nella pratica dello shopping online e della spesa effettuata attraverso applicazioni informatiche. In posizione mediana per aumento della loro frequenza si collocano altri tipi di pratiche digitali: il consumo di contenuti televisivi in streaming è stato intensificato da circa la metà degli intervistati, mentre un cambiamento analogo nelle attività di ricerca di informazione in Rete e nell'uso di social network (e dei servizi di messaggistica) ha coinvolto all'incirca il 55-60% delle persone (tab. 7.1.).

Tab. 7.1. - Variazione della frequenza delle pratiche digitali (%)

	<i>In aumento</i>	<i>In riduzione</i>	<i>Stabile</i>	<i>Non svolta</i>	<i>Totale</i>
Chiamate e Videochiamate	77,5	2,2	18,1	2,1	100,0 (13.475)
Social network e messaggistica	61,2	2,4	34,5	1,9	100,0 (13.475)
Informazioni online	55,8	3,7	38,0	2,5	100,0 (13.475)
Contenuti Tv streaming	51,3	3,0	31,5	14,2	100,0 (13.475)
Corsi in diretta streaming	34,2	2,6	30,7	32,5	100,0 (13.475)
Shopping online	22,6	11,2	41,3	24,9	100,0 (13.475)
Videogames	20,3	3,1	25,6	51,0	100,0 (13.475)
Spesa online	19,2	4,2	20,9	55,7	100,0 (13.475)
Raccolta fondi online	14,9	2,5	35,4	47,2	100,0 (13.475)
Contenuti porno online	7,8	3,7	23,7	64,8	100,0 (13.475)
Gioco d'azzardo online	1,1	1,2	1,2	94,5	100,0 (13.473)

Solo per pochissimi intervistati, invece, si è registrata una minore frequenza nell'uso del digitale rispetto al periodo precedente all'introduzione delle restrizioni governative. Inoltre, come il lettore può notare, il consumo di materiale pornografico in Rete e il ricorso al gioco d'azzardo costituiscono attività marginali, mentre la raccolta di fondi online – alla stregua

della spesa effettuata con applicazioni informatiche e all'uso dei videogames – non è svolta da quasi la metà degli intervistati, almeno stando alle loro dichiarazioni. L'analisi della tabella 7.1. ci ha spinto a concentrare l'attenzione sulle cinque pratiche che hanno subito il maggiore incremento, oltre che sul gioco con i videogames, data la particolare differenziazione sociale che caratterizza quest'ultima attività, come sottolineeremo più avanti. Più precisamente, il nostro commento dei dati è incentrato sul “tasso di incremento” di queste pratiche digitali, ossia sulla percentuale di intervistati che hanno dichiarato un aumento della loro frequenza. In sintesi, il tasso di incremento delle pratiche digitali finalizzate alla comunicazione con l'esterno è risultato maggiore di quello rilevato in merito alle attività di svago realizzate sempre con il ricorso ai nuovi media.

L'aumento nell'uso del digitale sembrerebbe parzialmente associabile alle competenze tecnico-relazionali sviluppate dagli intervistati in passato e alla loro più generale subcultura di appartenenza, dato che esso è maggiore tra i “nativi digitali” (o comunque tra gli intervistati per età non lontani da questa categoria sociologica¹).

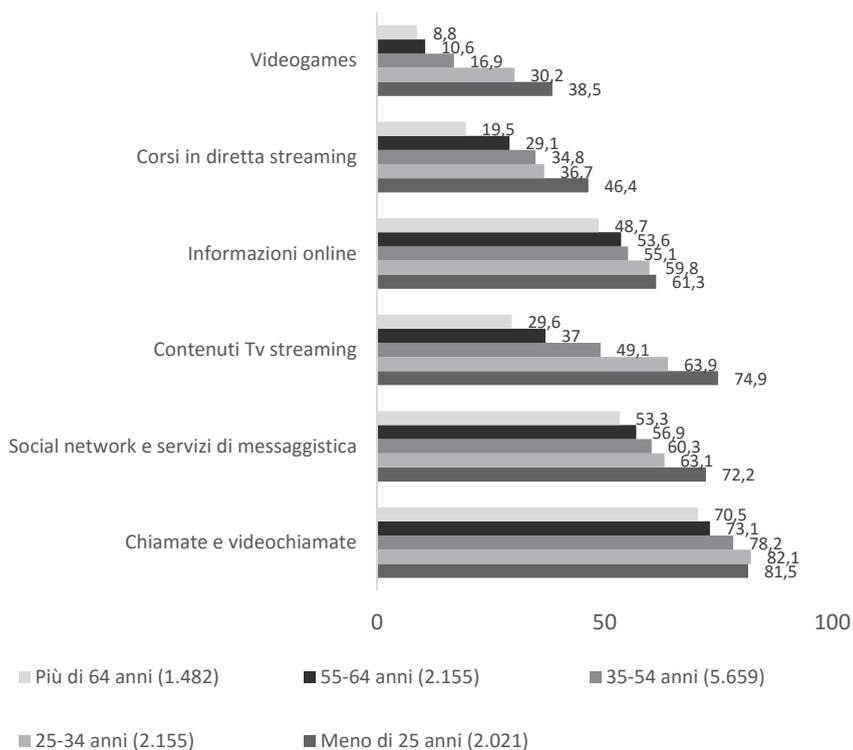
Si può scorgere, dunque, una “frattura generazionale”: i più giovani hanno intensificato l'uso del digitale in misura superiore agli altri intervistati, in particolare per quanto riguarda la visione in streaming di contenuti televisivi (serie tv, film, documentari, reality) e l'uso dei social network (inclusi i servizi di messaggistica). Circa i tre quarti degli intervistati di età inferiore ai 25 anni hanno aumentato questi due tipi di consumo mediale, mentre tale valore si riduce progressivamente nelle altre coorti di età. Continuando a ragionare in termini di tassi di incremento, una differenza dei più giovani di circa 10 punti percentuali rispetto alla coorte “25-34 anni” si registra non solo per le due attività appena menzionate, ma anche per quanto riguarda la visione in diretta streaming di corsi di cucina, sportivi, o comunque relativi ad altri hobby.

Seppur decisamente minore in termini assoluti, le differenze maggiori con le coorti più anziane si rilevano, però, nell'uso dei videogames: gli intervistati con non più di 25 anni hanno aumentato la frequenza di questa attività con un'intensità che è cinque e quattro volte superiore a quelle registrata rispettivamente tra gli appartenenti all'ultima coorte di età (gli over

¹Mark Prensky (2001) è stato il primo ad impiegare questa espressione, rielaborata successivamente da altri autori. In estrema sintesi, inizialmente per nativi digitali si intendevano le persone nate dopo il 1985, cioè in un'epoca caratterizzata dall'affermazione del PC; successivamente questa espressione è stata riferita alle coorti più giovani che sono nati e cresciuti negli anni in cui famiglia e altre agenzie di socializzazione sono state penetrate dalle pratiche multimediali. Pertanto questa definizione più restrittiva riguarderebbe solo le persone di età non superiore ai 15 anni. In ogni caso, i nativi digitali si distinguono dagli altri per il loro atteggiamento “naturale” nei confronti delle tecnologie digitali e della navigazione in Rete.

64) e alla penultima (“55-64 anni”). Le differenze restano alte anche rispetto alla coorte centrale, dato che solo il 16,9% degli intervistati di età compresa tra i 35 e i 54 anni ha dichiarato un aumento nel gioco con i videogames, mentre l’analogo valore per i più giovani si attesta al 38,5% (fig. 7.1.).

Fig. 7.1. - Comparazione per coorte di età delle cinque pratiche digitali con maggiore tasso di incremento² e dell’uso di videogames (%)



Più omogeneo si è rivelato l’aumento della ricerca di informazioni online: si tratta di un’attività svolta dalle persone anche per tenersi aggiornate sulla diffusione del contagio. La maggiore propensione a ricercare informazioni online per proprio conto in un momento segnato da ansia e paura era facilmente prevedibile, essendo già la società caratterizzata dalla disintermediazione, ossia dall’indebolimento del ruolo svolto tradizionalmente dai corpi intermedi nell’organizzazione del rapporto tra Stato e cittadini. Per

² Per motivi di spazio abbiamo escluso le pratiche digitali con minore tasso di incremento, fatta eccezione per l’uso dei videogames. Tale eccezione è dovuta alla particolare frattura generazionale riscontrata per questa pratica.

quanto riguarda il nostro discorso, va evidenziato come la formazione dell'opinione pubblica dipenda sempre più dall'aggregazione delle informazioni da parte delle piattaforme digitali, che selezionano le notizie sulla base della loro appetibilità per il pubblico piuttosto che della loro correttezza e veridicità, compito tradizionalmente delegato dallo Stato ai giornalisti professionisti (van Dijck *et al.*, 2018; tr. it., 2019).

La disintermediazione contribuisce all'erosione delle gerarchie tradizionali già avviata dalla cultura di massa, senza per questo necessariamente rafforzare il potere di autodeterminazione dei singoli; infatti, il potenziale emancipativo offerto dalla facilità di acquisire in Rete conoscenze approfondite sui temi pubblici è molto spesso soppiantato dalla semplificazione eccessiva, se non dalla distorsione, insita nella produzione estemporanea di informazioni da parte degli algoritmi informatici controllati da poche grandi *corporations*.

Nel terzo paragrafo torneremo più dettagliatamente su questa problematica, dopo aver analizzato l'uso dei social network nel paragrafo centrale di questo capitolo.

Per ora è sufficiente notare come la dinamica qui accennata stia incidendo sulle pratiche di apprendimento e interpretazione della realtà, coinvolgendo in particolare le nuove generazioni, come mostra ancora una volta l'elevato tasso di incremento della ricerca di informazioni online degli under 25, sebbene ciò sia da attribuire anche alle attività di studio in cui i più giovani sono prevalentemente coinvolti (vedi Cap. 5).

È utile aggiungere, però, che oltre per la pervasività dei media nelle pratiche di apprendimento informale, i più giovani si caratterizzano per un tipo di identità che è frutto delle profonde trasformazioni della famiglia (Saraceno e Naldini 2013), sempre più caratterizzata dal rapporto paritario, "interattivo", tra genitori e figli (Corsaro, 1997; tr. it., 2003; Belotti, 2016).

In sintesi, i dati della figura 7.1. rappresentano la cartina di tornasole della maggiore dimestichezza dei più giovani con la mediazione digitale, un fenomeno in rapporto di reciproca influenza con la profonda frattura generazionale nei processi di socializzazione.

È questa la prima delle tre tendenze che abbiamo rilevato in merito al cambiamento nell'uso del digitale con l'inizio della quarantena.

Proseguendo la nostra analisi, emerge anche una seconda tendenza, consistente nella presenza di differenze di genere relativamente più marcate di quelle generazionali, sebbene a queste intrecciate. Infatti, nel passaggio dalle coorti più giovani a quelle più anziane il tasso di incremento delle pratiche digitali si riduce, ma persistono differenze interessanti tra uomini e donne. In particolare, la crescita nell'uso di social network e nei servizi di messaggistica, così come il ricorso a chiamate e videochiamate, risulta più

alto per le donne, con le differenze di genere che crescono tra gli intervistati di età superiore ai 54 anni. Questa tendenza si modifica in parte quando si considerano attività come guardare contenuti in streaming, siano queste serie tv, film o programmi televisivi. In tutti questi casi le differenze di genere non crescono in maniera approssimativamente lineare col passaggio dalle generazioni più giovani a quelle più anziane. Ad esempio, tra i più giovani non si registra una differenza di genere sociologicamente significativa rispetto all'aumento delle visioni di contenuti televisivi in streaming, mentre questa sembra più chiara nelle coorti intermedie "25-34 anni" e "35-54 anni" anziché in quelle più anziane, aggirandosi intorno agli 8 punti percentuali, con i valori più alti rilevati tra le donne (tab. 7.2.).

Tab. 7.2. – Distribuzione del tasso di incremento in alcune pratiche digitali per genere e coorte di età

Incremento		<i>Chiamate e Videochiamate</i>	<i>Social network e messaggistica</i>	<i>Contenuti Tv in streaming</i>	<i>Corsi in diretta streaming</i>	<i>Videogames</i>
Meno di 25 anni	Uomini (1.150)	78,9	68,0	73,6	43,3	53,5
	Donne (873)	84,8	77,7	76,6	50,7	18,7
25-34 anni	Uomini (1.150)	80,3	61,0	67,9	30,4	38,9
	Donne (1.007)	84,2	65,4	59,4	43,8	20,3
35-54 anni	Uomini (2.791)	75,1	57,4	53,4	32,5	19,5
	Donne (2.868)	81,1	63,2	44,9	36,9	14,3
55-64 anni	Uomini (989)	67,1	52,6	39,9	24,7	8,1
	Donne (1.165)	78,2	60,5	34,6	32,9	12,7
65 e più anni	Uomini (793)	66,2	45,5	27,1	11,3	6,3
	Donne (689)	75,5	62,1	32,5	28,9	11,5
Totale	Uomini (6.873)	74,4	57,2	54,2	30,4	25,3
	Donne (6602)	81,0	64,9	48,2	38,2	15,2
	Totale (13.475)	77,6	61,2	51,3	34,2	20,3

Note: a) tra parentesi sono riportati i valori assoluti di ogni gruppo caratterizzato per genere e coorte di età.

Dalla tabella 7.2. si evince anche come i corsi in diretta streaming costituiscono un'attività la cui intensificazione è stata inferiore a quella della visione di programmi televisivi nella stessa modalità e *a fortiori* dell'uso comunicativo della tecnologia digitale. In ogni caso, va sottolineato come questa attività sia cresciuta in particolare tra i più giovani, coinvolgendo metà delle donne di età inferiore ai 25 anni e più dei quattro decimi dei loro coetanei. Nella fascia di età 25-34 anni il tasso di incremento tra gli uomini crolla di ben 13 punti percentuali, mentre si mantiene su un valore superiore al 40% tra le donne. Questa differenza di genere si amplia ulteriormente tra i più anziani: quasi il 30% delle intervistate ha aumentato la visione di corsi in diretta streaming, mentre questo valore scende a poco più del 10% tra gli uomini. Tale divario è attribuibile con ragionevolezza alla più marcata distinzione tra la socializzazione maschile e quella femminile riscontrabile tra gli anziani. Al di là delle differenze generazionali, è evidente comunque la frattura di genere che vede le donne aver incrementato in forma decisamente minore degli uomini l'impiego di videogiochi, e ciò vale in particolare nelle due coorti di età più giovanili: chiaramente si tratta di una pratica decisamente maschile, che potrebbe rivelare un uso più strettamente ludico della tecnologia digitale da parte degli uomini. Si tratta di una linea di indagine di sicuro interesse che qui non è possibile purtroppo approfondire (rimandiamo comunque anche a quanto indicato al Cap. 5).

Dunque, la dimensione di genere, intersecata a quelle generazionale, risulta il fattore di variabilità sociale più importante per comprendere il modo in cui i nostri intervistati hanno modificato la loro organizzazione della vita quotidiana attraverso il ricorso alle pratiche digitali.

Non risultano invece particolari distinzioni attribuibili all'area geografica o alla distinzione territoriale per livello di diffusione del contagio.

Infine, va segnalata una terza tendenza, ossia la presenza di una qualche distinzione attribuibile allo status socio-culturale complessivo degli intervistati, sebbene le differenze non siano mai elevate, riguardino solo alcuni usi del digitale e si manifestino in maniera differente ancora una volta a seconda del genere degli intervistati.

Quest'ultimo aspetto è meritevole di un breve approfondimento, dato che l'interazione tra genere e status socio-culturale si modifica a seconda dell'uso delle nuove tecnologie esaminato.

Andando per ordine, si può innanzitutto constatare come, nonostante il generalizzato incremento, si registri per entrambi i generi un aumento del ricorso a chiamate e videochiamate tra gli intervistati di status medio-alto maggiore rispetto a quello rilevato tra gli intervistati di status medio-basso. Analoga tendenza si registra in merito alla pratica di fare la spesa online, anche se in questo caso l'incremento si attesta su livelli decisamente più

bassi, di circa quattro volte inferiori a quanto rilevato per le videochiamate o le semplici chiamate (tab. 7.3.).

Tab. 7.3. – Distribuzione del tasso di incremento in alcune pratiche digitali per genere e indice di status socio-culturale

Incremento		<i>Chiamate e Videochiamate</i>	<i>Spesa online</i>	<i>Corsi in diretta streaming</i>	<i>Videogames</i>
Basso	Uomini (847)	73,2	15,1	28,5	24,9
	Donne (565)	79,6	16,3	33,8	27,0
Medio	Uomini (1.644)	74,3	19,8	28,3	21,1
	Donne (1.802)	82,2	22,8	26,9	15,4
Alto	Uomini (1.491)	77,9	21,2	34,3	20,6
	Donne (1.172)	84,3	24,9	43,2	11,4
Totale	Uomini (3.982)	75,4	19,3	30,6	21,7
	Donne (3.589)	82,5	22,5	38,5	14,3
	Totale (7.521)	78,8	20,8	34,3	18,3

Note: a) tra parentesi sono riportati i valori assoluti di ogni gruppo caratterizzato per genere e status.

Differente è invece l'andamento del tasso di incremento per quanto riguarda le due pratiche che più mostrano una contrapposizione di genere, come segnalato in precedenza: la visione dei corsi in diretta streaming e l'uso dei videogames. Nel primo caso, le donne di status medio-alto mostrano un tasso di incremento di quasi 10 punti percentuali superiore a quelle di status medio-basso, mentre questo scarto si riduce a 6 punti tra gli uomini. Per inciso, tra le donne non si rileva una relazione lineare tra crescita dello status e aumento della visione di corsi in diretta streaming, dato che il minore incremento si registra tra le intervistate di status medio (cioè di estrazione "piccolo borghese"). All'opposto, l'aumento della frequenza nel gioco con i videogames crolla significativamente nel passaggio dalle donne di status medio-basso a quelle di status più elevato, mentre risulta quasi omogeneo tra gli uomini di diversa condizione sociale: tale risultato ribadisce come questa pratica si connota come un'attività per lo più maschile, sebbene negli ambienti sociali in cui è più diffusa (ceti medio-bassi) le differenze di genere si attenuino significativamente o addirittura si inverta-

no, con più di un quarto delle donne che hanno aumentato il ricorso a questo passatempo, una volta che il governo ha avviato la cosiddetta “fase 1”.

7.2. Le attività svolte sui social network

La condizione di isolamento causata dalla diffusione del Covid-19 ha generato un cambiamento delle abitudini della vita quotidiana in termini di tempi, spazi, attività, relazioni sociali e Internet, nelle sue diverse articolazioni, ha inciso in maniera determinante nella riconfigurazione di tali aspetti e processi. I social network, in particolare, come già introdotto nel paragrafo precedente, hanno assunto un ruolo centrale nel consolidamento e nella creazione di dinamiche e pratiche di socialità realizzate principalmente nell’ambiente virtuale, data l’impossibilità di poterle realizzare nei tipici contesti fisici della vita quotidiana. Tradizionalmente considerati come strumenti per instaurare e coltivare relazioni con un ampio e variegato insieme di contatti con i quali condividere notizie, opinioni, esperienze e prodotti culturali, i social network durante il periodo di *lockdown* hanno contribuito alla generazione di forme di prossimità disancorate dai luoghi fisici e di particolari scenari e rituali di interazione che hanno permesso alle persone di restare in contatto.

Dall’analisi degli utilizzi dei social network emerge che circa il 70% degli intervistati ha svolto almeno una delle attività indicate in tab. 7.4.³

Tab. 7.4. – Attività svolte sui social network (%)

	% <i>risposte</i>	% <i>casi</i>
Ho partecipato ad un video-aperitivo	13,2	20,7
Ho partecipato ad un flashmob	4,1	6,4
Ho utilizzato l’hashtag #iorestoacasa e/o #andratuttobene per la condivisione di stati/ foto/ video	14,1	22,0
Ho raccontato me stesso, le mie emozioni ed opinioni	10,6	16,5
Ho promosso il mio lavoro (creazione di pagine e profili, attività di <i>posting</i> , etc.)	6,5	10,1
Ho conosciuto persone nuove, instaurato nuove relazioni	5,8	9,1
Ho condiviso news sullo stato di emergenza da Covid-19	24,1	37,7
Nessuna di queste attività	21,6	33,7
Totale	100,0	156,1
V.a.	(20.512)	(13.142)

³ È necessario sottolineare anche una consistente quota di intervistati, pari al 33,7%, che dichiara di non aver svolto alcuna delle attività indicate nella domanda.

L'utilizzo prevalente ha riguardato la condivisione di news sullo stato di emergenza del Covid-19 espressa da più di un terzo degli intervistati (37,7%); tale risultato sottende il bisogno dei rispondenti non solo di informarsi sugli aggiornamenti riguardanti lo stato di pandemia, ma principalmente di favorire attraverso pratiche di *sharing* – che rappresentano la caratteristica saliente e distintiva dei social network – la costruzione di processi collaborativi dei significati, nonché di sedimentazione di una memoria collettiva, rispetto a una situazione emergenziale estremamente inedita, dinamica e mutevole.

I social media, nella loro capacità di attivare una comunicazione *many to many* basata sulla contemporaneità dei flussi di informazione, sono stati concepiti come luogo di connessione adatto a diffondere notizie sulle repentine evoluzioni di un problema con caratteristiche di straordinarietà e imprevedibilità, alimentando la costruzione e revisione collettiva di contenuti attraverso le discussioni e le pratiche discorsive di tipo interattivo generate dallo *sharing*. In altre parole, la condivisione delle informazioni sul Covid-19 può essere letta alla luce della necessità degli intervistati di contribuire alla comprensione del fenomeno pandemia e allo stesso tempo di confrontarsi collettivamente su un tema di pubblico interesse.

La condivisione di contenuti riguardanti il Covid-19 è emersa anche dall'utilizzo degli hashtag #iorestoacasa e #andratuttobene (22%); si tratta di aggregatori relazionali dalle forti connotazioni emotive che hanno funzionato da catalizzatori e connettori di vissuti e stati d'animo volti al sostegno reciproco e alla costruzione di un sentimento di fiducia necessari per far fronte comune a un'emergenza di tipo globale. In tal senso, l'uso dei due hashtag può essere ascritto alla possibilità di inserire la propria voce all'interno di esperienza collettiva tesa ad alimentare il sentire comune, la solidarietà e in special modo il senso di responsabilità condivisa. Nello specifico, l'hashtag #iorestoacasa ha rappresentato uno slogan, che esprime l'invito a condurre un nuovo stile di vita necessario per contrastare la diffusione del virus; #andratuttobene ha racchiuso un concentrato di stati d'animo, oscillanti tra il senso di attesa e di speranza. Sempre in linea con la sfera emotiva, una quota minore di intervistati ha ricorso ai social per raccontarsi e manifestare il proprio stato d'animo (16,5%).

Per continuare a coltivare le proprie relazioni sociali e vivere momenti di condivisione con i propri amici e parenti, nonostante la distanza fisica, gli intervistati hanno dichiarato di aver usato i social network per partecipare a un video-aperitivo (20,7%); in altre parole, l'impossibilità di uscire di casa e di frequentare gli abituali luoghi di aggregazione ha indotto le persone a reinventare certe occasioni di socialità, simulando e riproducendo nei contesti virtuali un tipico rituale della vita quotidiana, come quello dell'a-

peritivo. Rispetto alla condivisione di contenuti con un vasto e variegato numero di contatti, che includono generalmente una certa quota di legami deboli, il video aperitivo ha risposto all'esigenza di una socialità ristretta entro una più contenuta cerchia di persone. In tal senso i social, oltre a fungere da facilitatori relazionali, supponendo durante il periodo delle restrizioni alla mancanza di luoghi e situazioni di incontro, sono stati utilizzati anche come spazi di connessione più intimi in cui poter esperire determinati momenti di socialità.

Infine, seppur in misura minore, ulteriori attività hanno riguardato la sfera lavorativa e quella prettamente relazionale: una quota di intervistati si è avvalsa dei social per promuovere il proprio lavoro (10,1%) e per conoscere nuove persone (9,1%).

Mentre dall'analisi sulla variazione delle pratiche digitali sono emerse distinzioni anche di genere (vedi par. 7.1.), per quanto riguarda l'uso in generale dei social network emergono differenze attribuibili prevalentemente all'età, alla collocazione geografica e allo status socio-culturale degli intervistati. In particolare, rispetto all'età, nel passaggio dalle coorti più giovani a quelle più anziane si è registrato un maggiore uso dei social legato alla condivisione di news sullo stato di emergenza, espressa maggiormente dagli intervistati appartenenti alla coorte "35-54 anni" e dagli over 55 (tab. 7.5.). Diversamente, gli hashtag #iorestoacasa e #andratuttobene sono stati utilizzati principalmente dalla coorte "25-34 anni" e dagli under 25, per i quali la condivisione di status, post e foto attraverso aggregatori tematici si è attestata come il principale utilizzo dei social network. In altre parole, la condivisione di contenuti – che rappresenta la principale attività sui social network durante il periodo di *lockdown* – può essere interpretata su due livelli in funzione della coorte di età: gli adulti e gli anziani hanno adottato uno *sharing* più tradizionale di tipo "informativo", strettamente connesso alle notizie e agli aggiornamenti sul Covid-19; i più giovani hanno prediletto una condivisione più "emotiva", basata sull'uso degli *user-generated content* aggregati dagli hashtag, assimilabile anche a una cultura della partecipazione e a forme di attivismo tipiche del web (Jenkins *et al.*, 2006). In generale, i giovani si mostrano maggiormente predisposti a ricorrere ai social non solo per reperire informazioni e condividere notizie (Micheli, 2015), ma per produrre e far parte di «narrazioni collettive in grado di fornire senso ai propri bisogni e desideri comunicativi, estetici e dell'immaginario» (Boccia Artieri, 2012, p. 76), che incidono inoltre sullo sviluppo del cosiddetto *we sense* generazionale (Napoli, 2015).

Tab. 7.5. – Attività svolte sui social network per coorte d'età (%)

	Coorte d'età					Totale
	< 25	25-34	35-54	55-64	+ 65	
Ho partecipato ad un video-aperitivo	12,9	16,8	14,3	9,2	8,6	13,2
Ho partecipato ad un flashmob	5,9	4,6	3,4	4,3	3,0	4,1
Ho utilizzato l'hashtag #iorestoacasa e/o #andratuttobene per la condivisione di stati/ foto/ video	15,2	18,2	14,4	10,4	9,6	14,1
Ho raccontato me stesso, le mie emozioni ed opinioni	9,9	8,4	11,3	9,4	13,8	10,6
Ho promosso il mio lavoro (creazione di pagine e profili, attività di posting, etc.)	4,9	7,7	7,4	5,8	3,4	6,5
Ho conosciuto persone nuove, instaurato nuove relazioni	10,6	5,7	4,4	5,2	5,8	5,8
Ho condiviso news sullo stato di emergenza da Covid-19	13,5	19,8	26,4	29,7	29,6	24,1
Nessuna di queste attività	27,0	18,8	18,2	26,1	26,3	21,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
V.a.	(3.060)	(3.524)	(8.953)	(2.925)	(2.049)	(20.511)

Nota: Le percentuali sono state calcolate sulle risposte.

Abituati a esprimere la propria identità e le proprie rappresentazioni, a instaurare relazioni, a raccontarsi attraverso la semantica dei social network, i giovani spesso ricondotti alle cosiddette Net Generation (Tapscott, 2011; Capeci, 2014) e Generazione app (Davis e Gardner, 2014) hanno tendenzialmente una maggior dimestichezza con l'uso dei molteplici strumenti del web e delle sue articolazioni. Pertanto, l'impiego diversificato dei social in funzione delle coorti d'età potrebbe essere spiegato anche in virtù di un diverso livello di competenza digitale, riscontrabile specialmente tra gli intervistati più giovani e quelli più anziani; in altre parole, gli hashtag, rispetto alla mera condivisione di informazioni, richiederebbero una conoscenza più specialistica ed esperta delle logiche di funzionamento delle piattaforme social.

Rispetto alle distinzioni attribuibili all'area geografica, mentre la condivisione di notizie sullo stato di emergenza è risultata piuttosto simile nelle diverse ripartizioni territoriali, attestandosi ancora come l'attività principale, la partecipazione al video aperitivo e la condivisione di contenuti attraverso gli hashtag hanno mostrato andamenti differenti.

Nello specifico, il video aperitivo è stato scelto in misura maggiore dagli intervistati delle regioni del Centro e del Nord Italia, gli hashtag invece sono stati utilizzati principalmente dai rispondenti del Sud e delle Isole. Tale configurazione suggerisce in parte come le dinamiche sui social siano state in un certo senso analoghe alle pratiche sociali *tout court*, come nel caso della cultura dell'aperitivo, che, per quanto nel corso del tempo sia diventa-

ta popolare in tutto il Paese, è tradizionalmente radicata nei contesti del Nord Italia. Si tratta di un momento di socialità all'insegna del relax e del piacere, in cui ci si libera dagli impegni e dalle tensioni del lavoro e rappresentativo di uno stile di vita improntato sul *loisir*, delle caratteristiche delle relazioni sociali sempre più slegate dalle tradizionali sfere familiari e parentali e maggiormente orientate alle reti tra pari e amicali. La pubblicazione di contenuti mediante hashtag da parte degli intervistati del Mezzogiorno è invece forse associabile a una più urgente necessità di prevenire la diffusione del virus a fronte di un maggior stato di preoccupazione e paura dettate anche dalla presenza di strutture sanitarie più carenti rispetto a quelle del Nord. La pandemia ha infatti ulteriormente acuito il divario tra Nord e Sud del Paese, perché influenzato anche dagli squilibri territoriali delle strutture ospedaliere; in tal senso, per gli italiani del Sud la diffusione del messaggio #iorestoacasa ha assunto una valenza importante, convertendosi in una strategia per evitare il collasso di un sistema sanitario fragile. Infine, vanno segnalate alcune distinzioni attribuibili allo status socio-culturale complessivo degli intervistati (tab.7.6.).

Gli hashtag #iorestoacasa e #andratuttobene sono stati impiegati in misura maggiore dai rispondenti con un livello socio-culturale più basso, nonché da quei soggetti particolarmente colpiti dalle conseguenze dell'emergenza Coronavirus e maggiormente esposti a subire i danni di una crisi che acutizza le diseguaglianze lavorative, economiche e sociali. Pertanto, l'uso dei due hashtag da parte di questo gruppo di intervistati sembrerebbe associabile alla maggiore condizione di criticità, traducibile in un più forte impegno ad adottare e diffondere una forma di responsabilità individuale, intesa come misura necessaria per bloccare la diffusione del virus.

Tab. 7.6. – Attività svolte sui social network per status socio-culturale (%)

	Indice di status socio-culturale			
	Basso	Medio	Alto	Totale
Ho partecipato ad un video-aperitivo	10,5	14,6	18,5	15,3
Ho partecipato ad un flashmob	4,4	4,0	3,4	3,9
Ho utilizzato l'hashtag #iorestoacasa e/o #andratuttobene per la condivisione di stati/ foto/ video	17,6	13,5	12,3	13,8
Ho raccontato me stesso, le mie emozioni ed opinioni	10,7	9,3	10,1	9,9
Ho promosso il mio lavoro (creazione di pagine e profili, attività di <i>posting</i> , etc.)	4,9	6,4	10,7	7,7
Ho conosciuto persone nuove, instaurato nuove relazioni	6,1	4,1	4,5	4,6
Ho condiviso news sullo stato di emergenza da Covid-19	25,4	25,0	23,3	24,5
Nessuna di queste attività	20,4	23,0	17,2	20,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0
V.a.	(2.168)	(5.052)	(4.321)	(11.540)

Nota: Le percentuali sono state calcolate sulle risposte.

La pratica del video-aperitivo invece è stata svolta maggiormente dagli intervistati con uno status sociale più alto, ovvero da persone generalmente abituate a ritagliarsi un momento di socialità per evadere dai frenetici ritmi lavorativi e creare una situazione di piacere, identificativa di un modello culturale fondato sulla realizzazione del benessere personale.

Questo gruppo di intervistati si è distinto anche per un utilizzo più intenso dei social network nell'ambito della sfera lavorativa e in particolare per la promozione della propria attività, ad esempio attraverso la creazione di pagine, profili e la condivisione di post. Durante il blocco delle attività causato dall'emergenza, il contesto di Internet e dei social – per i lavoratori autonomi, presumibilmente per quelli impegnati nel terziario avanzato – si è rivelato cruciale ad esempio per restare in contatto con la propria rete di clienti, scambiare risorse, promuovere prodotti, servizi e la propria identità professionale e, in generale, dare una continuità alle proprie attività di business. Si tratta di azioni che rispondono a una cultura del lavoro sempre più caratterizzata da processi di smaterializzazione della produzione e maggiormente orientata allo sviluppo di quelle componenti relazionali, fiduciarie e creative tipiche del saper essere (Negrelli, 2005), che comunque generano opportunità e risorse di tipo economico. In tal senso, le molteplici e differenti pratiche di autopromozione e di network possibili attraverso i social si configurano come strumenti manageriali del sé strategicamente progettati (Gandini, 2019), di cui è possibile anche monitorarne e valutarne l'impatto. A tal proposito, bisogna tener presente che in genere i lavoratori autonomi di attività professionali che ricorrono ai social utilizzano quel set di *tools* predisposti dalle piattaforme stesse che consentono di raccogliere e analizzare dati relativi ad esempio alle interazioni e alle condivisioni di contenuti mediali.

7.3. Il consumo dei social network: tra necessità e diffidenza

Il ricorso ai social media durante la pandemia ha avuto, come evidenziato nel paragrafo precedente, varie e talvolta confliggenti motivazioni. Tuttavia, c'è un sottile *file rouge* che lega i vari usi dei social: la necessità di avere una valvola di sfogo attraverso cui canalizzare timori più o meno fondati legati ai possibili sviluppi della pandemia, esorcizzando paure ataviche che hanno inopinatamente cominciato ad assumere una forma reale nel tempo.

La crisi pandemica generata dal Covid-19, infatti, ha fornito delle basi tragicamente concrete all'ansia collettiva che, secondo alcuni autori (cfr. tra i tanti, Russell, 2005; Green, 2013; Addeo, 2015), ha caratterizzato le società occidentali a partire dall'11 settembre: «infectious diseases are indeed the

new paranoia that's striking Western society» (Green, 2013, p. 5). A questo generale senso di insicurezza e angoscia, si sono unite le restrizioni imposte dal *lockdown* che, tra le tante conseguenze individuali e sociali, hanno quasi totalmente azzerato le forme di socialità in presenza. Questo insieme di fattori ha, con ogni probabilità, consolidato il ricorso alle pratiche comunicative online per irrorare le reti di relazioni familiari, amicali e professionali.

La tabella 7.7. mostra che per comunicare con le proprie cerchie sociali gli intervistati ricorrono quasi tutti (96,6%) a Whatsapp e per più dei sette decimi (71,7%) a Facebook. Meno diffuso è l'uso di Youtube (49,8%), Instagram (46,9%) e Messenger (34,5%), e soprattutto di Google Hangouts Meet, Zoom, Microsoft Teams (28,3%) e Skype (24,8%). Tuttavia, si può ritenere che la crisi abbia accentuato notevolmente la diffusione di App come Google Hangouts Meet e Skype, come si può ricavare indirettamente da quanto evidenziato nel paragrafo 7.1.

Tab. 7.7. – Social Network e servizi di messaggistica usati più di frequente (multiresposte)

	<i>% risposte</i>	<i>% sui casi</i>
Whatsapp	23,0	96,6
Facebook	17,1	71,7
Youtube	11,9	49,8
Instagram	11,2	46,9
Messenger	8,2	34,5
Google Hangouts Meet, Zoom, Teams	6,8	28,3
Skype	5,9	24,8
Telegram	4,7	19,6
Google+	3,1	13,1
Twitter	2,8	11,9
TikTok	1,7	7,2
Pinterest	1,5	6,4
Twitch	,7	3,1
Snapchat	,3	1,4
Tumblr	,2	1,0
Tinder, Bubble	,2	1,0
Ask.Fm	,1	,3
Group Me	,0	,2
Flipagram	,0	,1
Non sto usando Social Network	,3	1,4
Totale	100,0	100,0
V.a.	56.461	13.466

Altri servizi come Google+ (13,1%), Telegram (19,6%) Twitter (11,9%), Pinterest (6,4%) o Twitch (3,1%) confermano la loro caratterizzazione di nicchia poiché legati a specializzazioni comunicative (ad esempio, Twitter,

a torto o a ragione, è generalmente considerato il social media dell'informazione) o a specifici settori (ad esempio, Twitch è legato al mondo dei videogiochi e dello streaming di sessioni di gioco online). Nonostante sia considerato il social media in ascesa in questo momento storico, TikTok non risulta molto diffuso tra i nostri intervistati (7,2%).

Infine, andando a contare le risposte fornite da ogni intervistato, risulta che il numero medio di social network e servizi di messaggistica usato con maggiore frequenza è pari a 4,2.

L'analisi bivariata del consumo di social con alcune rilevanti variabili sociodemografiche non mostra differenze significative dal punto di vista statistico per quanto concerne il genere, la residenza geografica e lo status socio-culturale, mentre l'analisi per titolo di studio e, soprattutto, per classi di età fanno registrare alcune interessanti, seppur in larga parte prevedibili, differenze generazionali.

Le differenze in base al titolo di studio riguardano essenzialmente l'uso di Instagram e TikTok, che mostrano percentuali più alte tra chi non ha alcun titolo di studio o ha la licenza elementare, e dei servizi come Google Hangouts Meet, Zoom, Microsoft Teams e Skype, rispetto ai quali le quote maggiori si registrano tra le persone che hanno la licenza elementare o che, al contrario, hanno un titolo alto, a partire dalla laurea in poi.

Nel caso di Instagram e TikTok il risultato è in larga parte influenzato dall'età degli intervistati: essendo queste piattaforme diffuse soprattutto tra i più giovani, è logico aspettarsi titoli di studio più bassi in questa fascia di età. Il risultato dei servizi come Meets o Skype è molto probabilmente legato alle esigenze didattiche, formative o lavorative dei partecipanti alla nostra indagine.

A conferma di una tendenza in atto da tempo corroborata da numerose indagini, gli intervistati di età inferiore ai 25 anni usano meno Facebook, e il servizio Messenger ad esso associato, rispetto agli adulti e agli over 65. I giovani del nostro campione preferiscono, invece, piattaforme come Instagram, TikTok e Twitch (in misura maggiore i ragazzi rispetto alle ragazze). Inoltre, è nella classe degli under 25 che si registra la quota maggiore di persone che usano Google HangoutsMeet, Zoom, Microsoft Teams, ciò in virtù del fatto che tali strumenti sono stati largamente usati durante l'emergenza Coronavirus per la didattica a distanza (vedi Cap. 5). Interessante notare come le piattaforme Messenger e Google+ siano più in voga tra gli over 55.

Tab. 7.8. – Uso dei Social Network o dei servizi di messaggistica per coorte di età

	< 25	25-34	35-54	55-64	+ 65	Totale
Whatsapp	20,1	20,9	23,7	25,9	25,3	23,0
Facebook	8,4	18,1	19,1	19,3	19,5	17,1
Youtube	14,2	11,7	10,9	11,6	12,6	11,9
Instagram	18,2	14,8	9,7	7,0	4,8	11,2
Messenger	2,5	8,3	9,2	10,1	11,3	8,2
Google Hangouts Meet, Zoom, Teams	10,2	5,5	7,1	5,9	3,0	6,8
Skype	4,6	5,6	6,4	6,0	7,0	5,9
Telegram	6,0	5,7	4,7	3,0	3,0	4,7
Google+	1,8	1,4	3,0	5,2	6,1	3,1
Twitter	2,4	2,7	3,0	3,0	3,1	2,8
TikTok	5,2	2,0	,9	,4	,4	1,7
Pinterest	1,7	1,0	1,5	1,8	2,0	1,5
Twitch	2,7	,9	,2	,0	,1	,7
Snapchat	1,0	,4	,2	,0	,2	,3
Tumblr	,6	,2	,2	,1	,3	,2
Tinder, Bubble	,2	,6	,2	,0	,1	,2
Ask.Fm	,2	0,0	,1	0,0	,1	,1
Group Me	,0	,0	,1	,0	,1	,0
Flipagram	,1	0,0	,0	0,0	,1	,0
Non sto usando Social Network	,1	,2	,3	,7	,6	,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
V.a.	(3.060)	(3.524)	(8.953)	(2.925)	(2.049)	(20.512)

Nota: Le percentuali sono state calcolate sulle risposte.

La nostra riflessione si sofferma ora sul ruolo ambivalente, se non ambiguo, svolto dai social media, su tutti Facebook, e dalle app di messaggistica, in particolare Whatsapp, durante l'emergenza Covid-19. Se da un lato, come illustrato anche nel paragrafo precedente, i social media e i servizi di messaggistica hanno svolto una fondamentale azione di collante sociale, essendo stati i canali quasi esclusivi con cui poter comunicare con parenti, amici e colleghi; dall'altro, su questi canali hanno agito dei veri e propri "untori", ovvero diffusori di *fake news*, bufale e in generale di articoli sensazionalistici e/o complottistici, che hanno alimentato focolai di incertezza, angoscia e rabbia tra i cittadini italiani. La pericolosa deriva dell'infodemia aggravata dai social media è uno dei tratti caratteristici dell'attuale pandemia (Cinelli *et al.*, 2020; Papapicco, 2020; Rovetta e Bhagavathula, 2020) ed è andata a sommarsi all'emergenza sanitaria, acuendola (Mesquita *et al.*, 2020); secondo alcuni autori, infatti, la gestione della crisi nella prima fase della pandemia è stata caratterizzata da una serie di errori causati anche dall'eccedenza informativa e dal proliferare delle *fake news* (Ruiu, 2020).

Nel campione della nostra indagine prevale una generale sfiducia nella credibilità dei social network e dei servizi di messaggistica come canali informativi: su una scala da 0 a 5, dove 0 significa “per nulla affidabili” e 5 “molto affidabili”, quasi i due terzi degli intervistati (65,8%) hanno indicato un punteggio pari o inferiore a 2 per esprimere il loro giudizio sulla affidabilità delle notizie e delle informazioni sull'emergenza Coronavirus diffuse attraverso i social (tab. 7.9.). Questa tendenza negativa è confermata dai valori caratteristici della distribuzione della variabile: la media delle risposte è pari a 1,8, la mediana è 2 e la deviazione standard si attesta attorno al valore di 1,3.

Tab. 7.9. – Affidabilità delle informazioni sull'emergenza Coronavirus diffuse attraverso social network e/o servizi di messaggistica (%)

	v.a	% valida	% cumu- lata	Valori caratteristici		
0	2643	20,5	20,5	N	Validi	12.900
1	2947	22,8	43,3	Media		1,8
2	2894	22,4	65,8	Mediana		2
3	3398	26,3	92,1	Deviazione Standard		1,3
4	811	6,3	98,4			
5	207	1,6	100			
Totale	12900	100				
Mancanti	573					
Totale	13.473					

L'analisi bivariata tra la valutazione dell'affidabilità dei social media e le altre variabili sociodemografiche mostra risultati significativi solo per il titolo di studio: all'aumentare del titolo di studio diminuisce la fiducia degli intervistati nei social network e nei servizi di messaggistica come fonti di informazione; si passa, infatti, dalla media di 2,9 per gli intervistati senza titolo di studio, al valore media di 1,5 per chi ha ottenuto un dottorato o seguito con profitto una scuola di specializzazione post lauream (tab. 7.10.).

La rilevanza del livello culturale come arma di difesa contro la disinformazione è un risultato della nostra indagine che si innesta all'interno di un ormai consolidato filone di ricerche teso a sottolineare la stringente necessità di promuovere percorsi formativi volti ad accrescere la *literacy* della popolazione. *Digital Literacy* (Beaunoyer *et al.*, 2020), *Health Literacy* (Sentell *et al.*, 2020) e *Social Media Literacy* (Livingstone, 2014; Saurwein e Spencer-Smith, 2020) sono solo alcune delle varie forme di *literacy* individuate dagli studiosi come strumento essenziale in mano ai cittadini per decodificare in modo corretto l'informazione contemporanea e per difendersi dalle *fake news*, riducendo al contempo le *digital inequalities* e il *digital divide* (Ragnedda, 2017).

Tab. 7.10. – Affidabilità dei Social Network e dei servizi di messaggistica per titolo di studio (medie)

<i>Titolo di studio</i>	<i>Media</i>
nessun titolo di studio	2,9
licenza elementare	2,1
licenza media inferiore - diploma di avviamento professionale	2,0
diploma superiore	1,8
Laurea	1,6
dottorato/scuola di specializzazione post lauream	1,5
Totale	1,8

Riferimenti bibliografici

- Agcom, 2018, *Rapporto sul consumo di informazione*, Servizio Economico-Statistico, febbraio, Roma, <https://www.agcom.it/documents/10179/9629936/Studio-Ricerca+19-02-2018/72cf58fc-77fc-44ae-b0a6-1d174ac2054f?version=1.0>
- Agcom, 2020a, *Report on Online Disinformation. Special Issue on Coronavirus, n. 01/2020*, <https://www.agcom.it/documents/10179/4514383/Allegato+14-4-2020/080f9ab1-df4d-481a-ad10-d4a89237bd01?version=1.0>
- Agcom, 2020b, *Report on Online Disinformation. Special Issue on Coronavirus, n. 02/2020*, <https://www.agcom.it/documents/10179/18281277/Allegato+18-5-2020/e43e11d2-ac9d-4d39-834a-5eb49e397656?version=1.0>
- Aa.Vv., 2011, *Mister Media. L'immagine delle minoranze nelle reti televisive e radiofoniche nazionali italiane. Rapporto 2011*, Roma-Ascoli Piceno, Arti Grafiche Picene.
- F. Addeo, 2015, *The Walking Dead, epitome della Zombi Renaissance*, in L. Frezza (ed.), *Endoapocalisse. The Walking Dead, l'immaginario digitale, il post umano*, Cava de' Tirreni, AreaBlu Edizioni.
- G. Agamben, 2003, *Lo stato di eccezione*, Torino, Bollati Borlinghieri.
- G. Agamben, 2020, *L'invenzione di un'epidemia*, Quodlibet, <https://www.quodlibet.it/>
- AGI Agenzia Italia, 2020, *Come funziona il lockdown nei vari Paesi europei*, <https://www.agi.it/estero/news/2020-04-18/>
- A. Appadurai, 2006, *Fear of Small Numbers: An Essay on the Geography of Anger*, Duke University Press, Durham; tr. it., *Sicuri da morire*, Roma, Meltemi 2017.
- A. Appadurai, 2013, *The Future as Cultural Fact. Essays in Global Condition*, London, Verso; tr. it., *Il futuro come fatto culturale. Saggi sulla condizione globale*, Milano, Raffaello Cortina, 2014.
- A. Appadurai, 2013, *The Future as Cultural Fact. Essays on the Global Condition*, London, Verso; tr. it., *Il futuro come fatto culturale. Saggi sulla condizione globale*, Milano, Raffaello Cortina Editore, 2014.
- P. Arabie, L.J. Hubert, 1994, *Cluster Analysis in marketing research*, in R.P. Bagozzi (ed.), *Handbook of marketing research*, Oxford, Blackwell.

- H. Arendt, 1963, *Eichmann in Jerusalem: A Report on the Banality of Evil* New York, Viking Press; tr. it., *La banalità del male. Eichmann a Gerusalemme*, Milano, Feltrinelli, 1964.
- H. Arendt, 1971-1978, *The Life of the Mind*, New York, Harcourt, Brace, 164 Jovanovich, 2 voll.; tr. it. *La vita della mente* (a cura di A. Dal Lago), Bologna, il Mulino, 1987-2009.
- H. Arendt, 2017, *Vita Activa. La condizione umana*, Roma, Bompiani.
- I. Artiaco, 2020, *Il Coronavirus arricchisce i miliardari, da Bezos a Zuckerberg in 2 mesi guadagni per 434 miliardi*, fanpage.it, Esteri, <https://www.fanpage.it/esteri/>
- F. Avallone, M. Bonaretti (a c. di), 2003, *Benessere organizzativo. Per migliorare la qualità del lavoro nelle amministrazioni pubbliche*, Soveria Mannelli, Rubbettino.
- L. Baldassar, 2008, «Missing Kin and Longing to Be Together: Emotions and the Construction of Co-Presence in Transnational Relationships», *Journal of Intercultural Studies*, 29, 3, pp. 247-266.
- G. Ballarino, N. Panichella, 2014, «Origini familiari, scuola secondaria e accesso all'università dei diplomati italiani», 1995-2007, *Scuola democratica*, 2, pp. 365-392.
- G. Ballarino, H. Schadee, 2010, «Genere, origine sociale e disuguaglianza di istruzione nell'Italia contemporanea», *Sociologia del lavoro*, 120, pp. 170-193.
- A. Bandura, 2001, «Social Cognitive Theory of Mass Communication», *Mediapsychology*, 3, pp. 265-299.
- A. Barbano, 2012, *Manuale di giornalismo*, Roma-Bari, Laterza.
- J. Baudrillard, 1976, *L'échange symbolique et la morte*, Paris, Éditions Gallimard; tr. it., *Lo scambio simbolico e la morte*, Feltrinelli, Milano, 1976.
- Z. Bauman, 2008, *Vite di corsa. Come salvarsi dalla tirannia dell'effimero*, Bologna, il Mulino.
- E. Beauoyer, S. Dupéré, M.J. Guitton, 2020, «COVID-19 and digital inequalities: Reciprocal impacts and mitigation strategies», *Computers in Human Behavior*, doi:10.1016/j.chb.2020.106424;
- U. Beck, 1986, *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt a. M., Suhrkamp; tr. it., *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, Roma, Carocci, 2000.
- U. Beck, 1987, «The Anthropological Shock: Chernobyl And the Contours Of The Risk Society», *Berkeley Journal of Sociology*, 32, pp. 153-165.
- U. Beck, 1997, *Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus - Antwort auf Globalisierung*, Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag; tr. it., *Che cos'è la globalizzazione. Rischi e prospettive della società planetaria*, Roma, Carocci, 2009.
- U. Beck, 2012, *Das deutsche Europa: neue Machtlandschaften im Zeichen der Krise*, Edition Suhrkamp; tr. it., *Europa tedesca. La nuova geografia del potere*, Bari, Anticorpi – Laterza, 2013.
- U. Beck, E. Beck-Gernsheim, 2008, *Il normale caos dell'amore*. Torino, Bollati Boringhieri.

- V. Belotti, 2016, (a. c. di), *I bambini tra cittadinanza e investimento*, Padova, CLEUP.
- M. Benasayag, G. Schmit, 2003, *Les passions tristes: Souffrance psychique et crise sociale*, Paris, La Découverte; tr. it. *L'epoca delle passioni tristi*, Milano, Feltrinelli, 2004.
- G. Benvenuto, A. Decataldo, A. Fasanella, 2012, *C'era una volta l'università? Analisi longitudinale delle carriere degli studenti prima e dopo la "grande riforma*, Acireale, Bonanno editore.
- P. Benzécri, 1973, *Analyse des Données*, Paris, Dunod.
- B. Bernstein, 1973, *Class, Codes and Control. Theoretical Studies towards a Sociology of Language*, vol. I, Paladin Park Street, St. Albans, Hertz.
- J. Berthelot, 2005, *La construction de la sociologie*, Paris, Puf; tr. it., *La costruzione della sociologia*, Bologna, il Mulino, 2008.
- P. Bevitori (a. c. di), 2004, *La comunicazione dei rischi ambientali e per la salute*, Milano, FrancoAngeli.
- G.J.J., Biesta, 2012, «Giving teaching back to education: Responding to the disappearance of the teacher», *Phenomenology & Practice*, 6, 2, 2012, pp. 35-49.
- F. Biolcati, F. Martire, 2018, «La survey tra crisi e innovazione», *Sociologia e ricerca sociale*, 39, 116, pp. 8-19.
- G. Boccia Artieri, 2012, *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*, Milano, FrancoAngeli.
- G. Boccia Artieri, 2017, «The Italian Sense of the Web: a Social History of the Culture of Connectivity: A Mediatization Approach», *Comunicazioni sociali*, 2, pp. 215-226.
- R. Boudon, 1968, *A quoi sert la notion de 'Structure'?*, Paris, Gallimard; tr. it., *Strutturalismo e scienze umane*, Torino, Einaudi, 1970 (1979).
- P. Bourdieu, 1979, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979; tr. it., *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Bologna, il Mulino, 2001.
- P. Bourdieu, 1974, «Avenir de classe et causalité du probable», *Revue Française de Sociologie*, 15, pp. 3-42.
- P. Bourdieu, 1997, *Méditations pascaliennes*, Paris, Seuil; tr. it., *Meditazioni pascaliane*, Milano, Feltrinelli, 1998.
- S. Bowlby, 2011, «Friendship, Co-Presence and Care: Neglected Spaces», *Social and Cultural Geography*, 12, 6, pp. 605-622.
- M. Bucchi, 2004, *La democrazia alla prova della scienza*, in N. Petrelli e G. Sturloni (a. c. di), *La comunicazione della scienza. Atti del I e II convegno internazionale*, Roma, ZedigRoma.
- M. Bucchi, 2010, *Scienziasti e antiscentisti. Perché scienza e società non si capiscono*, Bologna, il Mulino.
- P. C. Rivoltella (a. c. di), 2014, *Smart Future. Didattica, media e inclusion*, Milano, FrancoAngeli.
- E. Caccese, 2003, *La divulgazione e l'istruzione scientifiche nelle società future*, in M. Mamone Capria (a. c. di), *Scienza e democrazia*, Napoli, Liguori.
- R.B. Calinski, J. Harabasz, 1974, «A dendrite method for cluster analysis», *Commun. in Stat*, 3, pp. 1-27.

- A. Camus, 1942, *Le Mythe de Sisyphe*. Essai sur l'absurde, Paris, Éditions Gallimard; tr. it., *Il mito di Sisifo. Saggio sull'assurdo*, Milano, Bompiani, 1947.
- E. Canetti, 1960, *Masse und Macht*, tr. it., *Massa e potere*, Milano, Adelphi, 1981.
- J. Cantor, 2002, *Fright reactions to mass media*, in J. Bryant e D. Zillmann (eds.), *Media effects. Advances in theory and research* (pp. 287-306), Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum Associates.
- F. Capeci, 2014, *Generazione 2.0. Chi sono, cosa vogliono, come dialogare con loro: Chi sono, cosa vogliono, come dialogare con loro*, Milano, FrancoAngeli.
- B. Cattarinussi, C. Pelanda, 1981, *Disastro e azione umana. Introduzione multidisciplinare allo studio del comportamento umano in ambienti estremi*, Milano, FrancoAngeli.
- A. Cerase, 2017, *Rischio e comunicazione*, Milano, Egea.
- U. Cerroni, 1989, «La rete ambiente. Natura, interdipendenza, dinamica», *Scienza società*, gen.-apr. 1989, n. 37-38 e mag-ago. 1989, n. 39-40.
- D. Checchi, 2010, «Percorsi scolastici e origini sociali nella scuola italiana», *Politica economica*, 26, 3, pp. 359-388.
- H. Cho, T. Reimer, K.A. McComas, 2015, *The SAGE Handbook of Risk Communication*, London, Sage.
- M. Cinelli, W. Quattrociocchi, A. Galeazzi, C.M. Valensise, E. Brugnoli, A.L. Schmidt, A.A. Scala, 2020, «The covid-19 social media infodemic», *arXiv Preprint arXiv*, 2003.05004.
- S. Clarke, P. Hoggett P., S. Thompson (eds.), 2006, *Emotion, Politics and Society*, New York, Palgrave.
- A. Collins, R. Halverson, 2009, *Rethinking Education in the Age of Technology: The Digital Revolution and the Schools*, New York, Teachers College Press.
- Commissione Europea, 2019, *Indice di digitalizzazione dell'economia e della società (DESI). Relazione nazionale per il 2019. Italia*, http://egov.formez.it/sites/all/files/indice_desi_2019.pdf.
- Confcommercio–Censis, 2020, *Outlook Italia 2020. Dopo la pandemia: attese e paure*, Ufficio Studi Confcommercio, maggio, <https://www.confcommercio.it/documents/20126/2678762/Dopo+la+pandemia+-+attese+e+paure+%282020%29.pdf/f7636c56-31bd-83f3-7a48-806886c919c4?version=1.3&t=1590484288772>
- P. Corbetta, 1999, *Metodologia e tecnica della ricerca sociale*, Bologna, il Mulino, 2° ed., 2014.
- W. Corsaro, 1997, *The sociology of Childhood*, Thousand Oaks, Pine Press; tr. it., *Le culture dei bambini*, Bologna, il Mulino, 2003.
- M.P. Couper, 2011, «The Future of Modes of Data Collection», *The Public Opinion Quarterly*, LXXV, 5, pp. 889-908.
- V. Covello, 2009, *Strategies for overcoming challenges to effective risk communication*, in R. L. Heath, H. D. O'Hair (eds.), *Handbook of risk and crisis communication*, New York, Routledge.
- A.W. Crosby, 1989, *American's Forgotten Pandemic: The Influenza of 1918*, Cambridge, Cambridge University Press.
- R. Dahrendorf, 1984, *Reisen nach innen und aussen. Aspekte der Zeit*, DVA,

- Stuttgart; tr. it., *Pensare e fare politica*, Bari, Laterza Editore, 1985.
- K. Davis, H. Gardner, 2014, *Generazione App: La testa dei giovani e il nuovo mondo digitale*, Milano, Feltrinelli Editore.
- G. Deleuze, 1990, *Poscritto sulle società di controllo, Pourparlers 1972-1990*, Paris, Éditions de Minuit; tr. it., *Pourparler*, Macerata, Quodlibet, 2000.
- G. Di Franco, 2005, *EDS: Esplorare, descrivere e sintetizzare i dati*, Milano, FrancoAngeli.
- G. Di Franco, 2006, *Corrispondenze multiple e altre tecniche multi-variate per variabili categoriali*, Milano, FrancoAngeli.
- I. Diamanti, 2015, *Il commento*, in Fondazione Unipolis, Demos&Pi, Osservatorio di Pavia, *VIII Rapporto sulla sicurezza e l'insicurezza in Italia e in Europa*, http://www.demos.it/2015/pdf/3346fondazione_unipolis_rapporto_sulla_sicurezza_febbraio_2015.pdf.
- P. Di Maggio, 2005, *Endogenizing "Animal Spirits": Toward a Sociology of Collective Response to Uncertainty and Risk*, in Guillen et al. (eds.), *The New Economic Sociology: Developments in an Emerging Field*, New York, Russell Sage Foundation.
- R. Dingwall, L.M. Hoffman, K. Staniland, 2013, «Introduction: why a Sociology of Pandemics?», *Sociology of Health & Illness*, 35, 2, pp. 167-173.
- P. Donati, 2002, *Introduzione alla sociologia relazionale*, Milano, FrancoAngeli.
- L. Donohew, H.E. Sypher, E.T. Higgins (eds.), 1988, *Communication, Social Cognition, and Affect*, Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates.
- C. Donolo, 2006, *Il futuro delle politiche pubbliche*, Milano, Mondadori.
- M. Douglas, 1992, *Risk and Blame: Essays in Cultural Theory*, London, Routledge; tr. it., *Rischio e colpa*, Bologna, il Mulino, 1996.
- K. Dovelng, C. von Scheve, E.A. Konijn (eds.), 2010, *The Routledge Handbook of Emotions and Mass Media*, London, Routledge.
- F.M. Dostoevskij, 1864, *Zapiski iz podpol'ja*; tr. it., *Memorie dal sottosuolo*, in (Id.) *Il romanzo del sottosuolo*, Torino, Einaudi, 1974, pp. 203-322.
- P. Dovis, 2011, *Nuove povertà, nuove solidarietà*, in P. Dovis, C. Saraceno, *I nuovi poveri. Politiche per le diseguaglianze*, Torino, Codice Edizioni.
- T. E. Drabek, 1975, *System shock: immediate responses following impact. Human systems in extreme environments: a sociological perspective*, University of Colorado, Institute of Behavioral Science, Boulder.
- U. Eco, 1997, *Kant e l'ornitorinco*, Milano, Bompiani.
- N. Elias, 1982, *Über die Einsamkeit der Strenbenden in unseren Tagen*, Frankfurt, Suhrkamp; tr. it., *La solitudine del morente*, Bologna, il Mulino, 1985.
- N. Elias, 1983, *Potere e civiltà*, Bologna, il Mulino.
- J. Elster, 2000, *Ulysses Unbound. Studies in Rationality, Precommitment and Constraints*, Cambridge, Cambridge University Press; tr. it., *Ulisse liberato. Razionalità e vincoli*, Bologna, il Mulino, 2004.
- J. Elster, 2007, *Explaining Social Behavior*, Cambridge, Cambridge University Press; tr. it., *La spiegazione del comportamento sociale*, Bologna, il Mulino, 2010.
- Eurispes, 2020, *32° Rapporto Italia*, <https://eurispes.eu/news/eurispes-risultati-del-rapporto-italia-2020/> (25/05/2020).

- Eurostat, 2020, *e-Government – more citizens consult information online*, 07/03/2020, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/EDN-20200307-1?inheritRedirect=true&redirect=%2Feurostat%2Fnews%2Fwhats-new>
- F. Falcinelli (a c. di), 2005, *E-learning. Aspetti pedagogici e didattici*, Perugia, Morlacchi.
- D. Faris, 2020, *Coronavirus' Looming Psychological Crisis*, Testo disponibile al sito: <https://theweek.com/articles/903343/coronavirus-looming-psychological-crisis>
- A. Fasanella, C. Lombardo (a c. di), 2017, *Saperi, istituzioni, ragioni*, Santarcangelo di Romagna (RN), Maggioli editore.
- M. Ferrera, 1996, «The 'Southern' Model of Welfare in Social Europe», in *Journal of European Social Policy*, 6, 1, pp. 17-37.
- M. Ferrera, V. Fargion, M. Jessolula (a c. di), 2012, *Alle radici del welfare all'italiana*, Venezia, Marsilio.
- L. Finardi, 2013, «MOOC: corsi in massa per studenti e università», *Roars*.
- F. Fornari, 1966, *Psicoanalisi della guerra*, Milano, Feltrinelli.
- M. Foucault, 1975, *Surveiller et punir*, Paris, Gallimard, tr. it., *Sorvegliare e punire*, Torino, Einaudi, 1993.
- E. Fragouli, I. Iliu, 2019. «“Working smart and not hard”: key to maximize Employee efficiency?». *International Journal of Information, Business and Management*, 11, 2, pp. 74-111.
- M. Franzini, M. Pianta, 2002, *Diseguaglianze. Quante sono, come combatterle*, Bari, Edizioni Laterza.
- S. Freud, 1905, *Der Witz und seine Beziehung zum Unbewussten*; tr. it., *Il motto di spirito e la sua relazione con l'inconscio*, Boringhieri, Torino 1975.
- S. Freud, 1920, *Jenseits des Lustprinzips*, in *Gesammelte Werke*, vol. IX (1917-1923), Frankfurt am Main, Verlag Samuel Fischer; tr. it., *Al di là del principio di piacere*, Torino, Boringhieri, 1975.
- L. Gaita, 2020, «Coronavirus, l'Ordine degli psicologi: “Il 63% degli italiani soffre di stress da pandemia. I sintomi? Insonnia, ansia e depressione”», *Il Fatto Quotidiano*, <https://www.ilfattoquotidiano.it/2020/04/29/>
- L. Gallino, 1996, *Gli oggetti della sociologia*, in M. Barbargli, A. Schizzerotto (a c. di), *Guida alla laurea in sociologia*, Bologna, il Mulino.
- J. Galtung, M. Ruge, 1965, «The structure of foreign news: the presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers», *Journal of International Peace Research*, 1, pp. 64–91.
- D. Gambardella, 2012, *La valutazione del Reddito di Cittadinanza a Napoli*, Milano FrancoAngeli.
- A. Gandini, 2019, *L'economia della reputazione: il lavoro della conoscenza nella società digitale*, Milano, Ledizioni.
- H. Garfinkel, 1963, *A Conception of, and Experiments with, “Trust” as a Condition for Stable Concerted Actions*, in O.J. Harvey (ed.), *Motivation and Social Interaction*, New York, Ronald Press; tr. it., *La fiducia. Una risorsa per coordinare l'interazione*, Roma, Armando Editore, 2004.

- M. Gavrilă, 2020, *La televisione della crisi. Emergenza sanitaria, informazione come bene comune e resilienza femminile nei palinsesti italiani*, in D. Salzano, I. Scognamiglio, 2020, *Voci nel Silenzio. La comunicazione al tempo del coronavirus*, Milano, FrancoAngeli.
- M. Gavrilă, M. Cilento, 2020, *Crisis sanitaria, información y medios de comunicación de entretenimiento: cómo cambian las programaciones de las televisiones italianas durante el Covid-19*, in C. Vázquez Domínguez, A-B. Pérez-González, D. Salzano (eds.), *Cambio y Coronavirus. Representaciones sociales, burla, silencio y miedo*, Sevilla, McGraw-Hill.
- Gazzetta Ufficiale, 1998, *Legge 16 giugno 1998, n. 191 «Modifiche ed integrazioni alle leggi 15 marzo 1997, n. 59 e 15 maggio 1997, n. 127 nonché norme in materia di formazione del personale dipendente e di lavoro a distanza nelle pubbliche amministrazioni. Disposizioni in materia di edilizia scolastica»*, <https://www.camera.it/parlam/leggi/981911.htm>
- Gazzetta Ufficiale, 2017, *Legge 22 maggio 2017 n. 81, «Misure per la tutela del lavoro autonomo non imprenditoriale e misure volte a favorire l'articolazione flessibile nei tempi e nei luoghi del lavoro subordinato»*, <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2017/06/13/17G00096/sg>
- P. Ghislandi, J. Raffaghelli, 2013, *Massive Open Online Courses (MOOC): tensioni tra innovazione e qualità. Tendenze, dibattiti e qualità dei MOOC come esperienza formativa*, in D. Persico e V. Midoro (a c. di), *Pedagogia nell'era digitale*, Ortona: Edizioni Menabò, 2013, p. 51-57.
- O. Giancola, E. Grimaldi, M. Romito, 2019, «La digitalizzazione della scuola. Temi, teorie e metodi di ricerca», *Scuola Democratica*, 10, 3, pp. 461-479.
- R.W. Gibbs (ed.), 2008, *The Cambridge handbook of metaphor and thought*, New York, Cambridge University Press.
- A. Giddens, 1990, *The Consequences of Modernity*, Cambridge, Polity Press; tr. it., *Le conseguenze della modernità*, Bologna, il Mulino 1994.
- A. Giddens, 2009, *Politics of Climate Change*, Cambridge, Polity Press; tr. it., *La politica del cambiamento climatico*, Milano, Il Saggiatore, 2015.
- A. Giddens, 1990, *The Consequences of Modernity*. Cambridge, Polity; tr. it., *Le conseguenze della modernità*, Bologna, il Mulino, 1994.
- A Giddens, 1991, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Palo Alto, Stanford University Press; tr. it., *Identità e società moderna, Ip-ermedium*, Napoli, Libri, 1999.
- G. Gigerenzer, 2014, *Risk Savvy. How to Make Good Decisions*, London, Penguin Books; tr. it., *Imparare a rischiare. Come prendere decisioni giuste*, Milano, Raffaello Cortina, 2015.
- G. Gigerenzer, 2019, «How to Explain Behavior?», *Topics in Cognitive Science*, Early View-Online Version, pp. 1-19.
- F. Giorgino, 2017, *Giornalismo e società*, Milano, Mondadori.
- E. Giusti, G. Angelici, M. Puglisi, 2000, *Esperienza di panico. Trattamento del "D.A.P." per l'integrazione disturbata*, Roma, Quaderni A.S.P.I.C.
- D.G. Goldstein, 2009, *Heuristics*, in P. Hedström, P. Bearman (eds.), *The Oxford Handbook of Analytical Sociology*, New York, Oxford University Press.

- S.J. Gould, 2002, *The Structure of Evolutionary Theory*, Cambridge MA, Belknap Press of Harvard University Press.
- G. Gozzini, 2011, *La mutazione individualista. Gli italiani e la televisione 1954-2011*, Bari, Laterza.
- N. Grandi, A. Piovan, 2020, «I pericoli dell'infodemia. La comunicazione ai tempi del coronavirus», *MicroMega*, 3, [http://temi.repubblica.it/micromega-online/i-pericoli-dell'infodemia-la-comunicazione-ai-tempi-del-coronavirus/](http://temi.repubblica.it/micromega-online/i-pericoli-dell-infodemia-la-comunicazione-ai-tempi-del-coronavirus/)
- A.E. Green, 2013, *The Post- 9/11 Aesthetic: Repositioning the Zombie Film in the Horror Genre*, Graduate Theses and Dissertations, University of South Florida, Tampa, <http://scholarcommons.usf.edu/etd/4798> (consultato il 20/05/2020).
- M. Gui, T. Gerosa, 2019, «Strumenti per apprendere o oggetti di apprendimento? Una rilettura critica della digitalizzazione nella scuola italiana», *Scuola democratica*, 10, 3, pp. 481-501.
- M. Gui, 2019, *Il digitale a scuola. Rivoluzione o abbaglio?*, Bologna, il Mulino.
- L. Guiso, M. Terlizzese, 2020, *Quanto pesa lo shock Covid-19 sulle famiglie*, www.lavoce.info
- GWI, 2020, *Coronavirus Research, April 2020. Series 4: Media Consumption and Sport*, [https://www.globalwebindex.com/hubfs/1.%20Coronavirus%20Research%20PDFs/GWI%20coronavirus%20findings%20April%202020%20-%20Media%20Consumption%20\(Release%204\).pdf](https://www.globalwebindex.com/hubfs/1.%20Coronavirus%20Research%20PDFs/GWI%20coronavirus%20findings%20April%202020%20-%20Media%20Consumption%20(Release%204).pdf)
- R.J. Harris, 1999, *A Cognitive Psychology of Mass Communication* (3rd ed.), MahwahNJ, Lawrence Erlbaum Associates.
- K. Head, 2014, *The hidden costs of MOOCs*, in D. Krause, C.D Lowe (eds.), *Invasion of the MOOCs: The promises and perils of massive open online courses*, Anderson (SC), Parlor Press, pp. 45-55.
- P. Hedström, 2005, *Dissecting the Social. On the Principles of Analytical Sociology*, Cambridge, Cambridge University Press; tr. it., *Anatomia del sociale. Sui principi della sociologia analitica*, Milano, Bruno Mondadori, 2006.
- W.F. Hegel, 1807, *System der Wissenschaft. Erster Theil, die Phänomenologie des Geistes*, Bamberg-Würzburg, Verlag Joseph Anton Goebhardt; tr. it., *Fenomenologia dello Spirito*, (a cura di Vincenzo Cicero), Milano, Rusconi, 1995, pp. 275-289.
- M. Heidegger, 1929-1949, *Was ist Metaphysik*, Frankfurt am Main, Klosterman; tr. it., *Che cos'è la metafisica? (Con estratti dalla «Lettera su l'Umanismo»)*, Firenze, La Nuova Italia, 1953, pp. 3-89.
- C.R. Hullett, 2005, «The impact of mood on persuasion: A meta-analysis», *Communication Research*, 32, pp. 423-42.
- W.T. Hung, 2020, «Revisiting relationships between personality and job performance: working hard and working smart». *Total Quality Management & Business Excellence*, 31, 7-8, pp. 907-927.
- Istat, 2019, *Annuario statistico italiano*, Roma, Istat, <https://www.istat.it/it/archivio/236772>.
- Istat, 2020a, *Reazione dei cittadini al lockdown*, https://www.istat.it/it/files//2020/05/Reazione_cittadini_lockdown.pdf
- Istat, 2020b, *Il mercato del lavoro 2019. Una lettura integrata*, Roma, Istat, <https://www.istat.it/it/files//2020/03/mercato-lavoro-2019.pdf>

- Istat, ISS, 2020, «Primo impatto dell'epidemia covid-19 sulla mortalità totale della popolazione residente trimestre 2020», 4 maggio 2020, https://www.istat.it/files//2020/05/Rapporto_Istat_ISS.pdf
- P. Jedlowski, 2005, «Sulla mediatizzazione del senso comune», *Sociologia della Comunicazione*, 37, 2005, pp. 57-68.
- H. Jenkins, 2006, *Convergence Culture: Where old and new media collide*, New York, New York UP.
- H. Jenkins, K. Clinton, R. Purushotma, A.J. Robison, M. Weigel, 2006, *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*, White Paper on Digital Media and Learning, The MacArthur Foundation.
- H. Joffe, 1999, *Risk and 'The Other'*. Cambridge, Cambridge University Press.
- D. H. Jonassen, K. Peck, B.G. Wilson, 1999, *Learning with Technology: A constructivist Approach*, NJ, Merrill Upper Saddle River.
- C.G. Jung, 1942, *Über die Psychologie des Unbewussten*, Zurigo, Rascher Verlag; tr. it., *Psicologia dell'inconscio*, Torino, Boringhieri, 1968.
- D. Kahneman, 2011, *Thinking, Fast and Slow*, New York, Farrar, Straus and Giroux; tr. it., *Pensieri lenti e veloci*, Milano, Mondadori, 2012.
- Y. Kazepov, E. Barberis, 2013, *Il welfare frammentato. Le articolazioni regionali delle politiche sociali italiane*, Roma, Carocci.
- D. Kember, 2009, «Promoting Student-Centred Forms of Learning Across an Entire University», *Higher Education*, 58, 1, pp. 1-13.
- F. Knight, 1921, *Risk, Uncertainty and Profit*, Boston (MA), Houghton Mifflin Co.
- S. Kolenikov, 2014, «Calibrating survey data using iterative proportional fitting (raking)», *The Stata Journal*, 14, 1: 22–59.
- R. Koselleck, 1979, *Vergangene Zukunft. Zur Semantik geschichtlicher Zeiten*, Frankfurt a.M., Suhrkamp; tr. it., *Futuro passato. Per una semantica dei tempi storici*, Bologna, Clueb, 2007.
- P. Kotler, 2016, *Ripensare il capitalismo*, Milano, Hoepli.
- F. Kreuter, S. Presser, R. Tourangeau, 2008, «Social Desirability Bias in Cati, Iv and Web Surveys. The Effects of Mode and Question Sensitivity», *The Public Opinion Quarterly*, 72, 5, pp. 847-865.
- G. Lakoff, M. Johnson, 1980, *Metaphors we live by*, Chicago, University of Chicago Press; tr. it., *Metafora e vita quotidiana*, Milano, Bompiani, 2004.
- B. Latour, 2005, *Un monde pluriel mais commun*, Paris, Editions de l'Aube; tr. it., *Disinventare la modernità*, Milano, Elèuthera, 2008.
- B. Latour, 2020, «Immaginare gesti-barriera contro il ritorno alla produzione pre-crisi», *Antinomie*, 09/04/2020, <https://antinomie.it/index.php/2020/04/09/immaginare-gesti-barriera-contro-il-ritorno-alla-produzione-pre-crisi/>
- L. Lebart, A. Morineau, M. Piron, 1995, *Statistique exploratoire multidimensionnelle*, Paris, Dunod.
- G. Ligi, 2009, *Antropologia dei disastri*, Roma-Bari, Laterza.
- S. Livingstone, 2014, «Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on social network sites», *Communications*, 39, 3, pp. 283-303.
- C. Lombardo, L. Sabetta (in corso di stampa), «That's Nothing!». *On the Structural*

- Unmarkedness of the Micro-Macro Link*, in C. Lombardo, L. Sabetta (eds.), *Against the Background of Social Reality: Defaults, Commonplaces, and the Sociology of the Unmarked*, London, Routledge.
- N. Luhmann, 1991, *Soziologie des Risikos*, Berlin, de Gruyter; tr. it., *Sociologia del rischio*, Milano, Mondadori, 1996.
- N. Luhmann, 1973, *Vertrauen*, Ferdinand Enke Verlag, Stuttgart; tr.it., *La fiducia*, Bologna, il Mulino, 2002.
- N. Luhmann, 1989, *Familiarità, confidare e fiducia: problemi e alternative*, in D. Gambetta (a c. di), *Le strategie della fiducia*, Torino, Einaudi.
- N. Luhmann, 1971, *Le teorie moderne del sistema come forma di analisi sociale complessiva*, in J. Habermas, N. Luhmann, *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie - Was leistet die Systemforschung?*, Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag, tr. it., *Teoria della società o tecnologia sociale?*, Milano, Etas Libri, 1973.
- N. Luhmann, 1984, *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*, Suhrkamp, Frankfurt am Main, tr. it., *Sistemi sociali. Fondamenti di una teoria generale*, Bologna, il Mulino, 2001.
- R.E. Lundgren, A.H. McMakin, 2009, *Risk Communication: A Handbook for Communicating Environmental, Safety and Health Risks*, New Jersey, Hoboken.
- R.E. Lundgren, A.H. McMakin, 2018, *Risk communication: a handbook for communicating environmental, safety, and health risks*, 6th ed., Hoboken, Wiley.
- D. Lupton, 2013, *Risk*, Milton Park, Routledge, 2nd ed.; tr. it., 1a ed, *Il rischio. Percezione, simboli, culture*, Bologna, il Mulino, 2003.
- F. Maino, G. Mallone, 2017, «Lo sviluppo del welfare aziendale e le prospettive per il settore dell'artigianato», *Quaderni di Ricerca sull'Artigianato*, gennaio-aprile fasc.1., n.75.
- K. Manheim, 1952, *The Problem of Generations*, in K. Kecskemeti (ed.), *Essays on the Sociology of Knowledge*, New York, Oxford University Press.
- G. Marramao, 1971, *Marxismo e revisionismo in Italia. Dalla "Critica sociale" al dibattito sul leninismo*, Bari, De Donato.
- F. Martire, M. C. Pitrone, 2018, «L'integrazione tra le scienze sociali e le scienze biologiche nelle biosocial surveys», *Sociologia e ricerca sociale*, 39, 116, pp. 61-74.
- W. Martyniuk, 2006, *European Frameworks of Reference for Language Competences*; Strasbourg, Language Policy Division.
- S. Mauceri, 2019, *Qualità nella quantità. La survey research nell'era dei Mixed Methods*, Milano, FrancoAngeli.
- S. Mauceri, L. Di Censi, M.P. Faggiano, 2020, «Survey 2.0. L'indagine con questionario nell'era digitale», *Sociologia e ricerca sociale*, 41, 121, pp. 25-48.
- R.K. Merton, 1936, «The Unanticipated Consequences of Purposive Social Action», *American Sociological Review*, 1, pp. 894-904.
- R.K. Merton, 1948, «The Self-fulfilling Prophecy», *Antioch Review*, 8, pp. 193-210.
- R.K. Merton, 1984/1996, *Socially Expected Durations: A Case Study of Concept*

- Formation in Sociology*, in W. Powell e R. Robbins (eds.), *Consensus and Conflict*, New York, The Free Press, pp. 262-283; ora in Id., *On Social Structure and Science* (P. Sztopmka ed.), Chicago, The University of Chicago Press, 1996.
- R.K. Merton, 1988, «The Matthew Effect in Science, II: Cumulative Advantage and the Intellectual Property», *Isis*, 4, pp. 606-623.
- R.K. Merton, 2002, *Postfazione. Riflessioni autobiografiche su «Viaggi e avventure della Serendipity»*, in R.K. Merton e E.G. Barber, *Viaggi e avventure della Serendipity*, Bologna, il Mulino.
- C.T. Mesquita, A. Oliveira, F.L. Seixas, A. Paes, 2020, «Infodemia, Fake News and Medicine: Science and The Quest for Truth», *International Journal of Cardiovascular Sciences*, 33, 3, pp. 203-205.
- M. Micheli, 2015, «L'appropriazione di Internet da parte degli adolescenti: tra riproduzione sociale e mutamento culturale», *Quaderni di Sociologia*, 69, pp. 7-32.
- A. Morniroli, E. Morlicchio, 2013, *Poveri a chi?*, Torino, Edizioni Gruppo Abele.
- C. Musatti (1994), *Ebraismo e psicoanalisi*, Pordenone, Edizioni Studio Tesi.
- A. Mutti, 1998, *Capitale sociale e sviluppo*, Bologna, il Mulino.
- A. Napoli, 2015, *Generazioni online*, Milano, FrancoAngeli.
- S. Negrelli, 2005, «Il lavoro che cambia: dal saper fare al saper essere», *Sociologia del lavoro*, 100, pp.214-224.
- N. Negri, C. Saraceno, 2003, *Povertà e vulnerabilità sociale in aree sviluppate*, Roma, Carocci.
- F. Nietzsche, 1965, *Epistolario (1865-1900)*, a cura di Barbara Allason, Torino, Einaudi, 1969.
- H. Nowotny, 1992, «Time and Social Theory. Towards a Social Theory of Time», *Time & Society*, 1, 3, pp. 421-454.
- Osservatori.net, 2019, *Gli smartworker in Italia*, https://www.osservatori.net/it_it/osservatori/comunicati-stampa/crescita-smart-working-engagement-italia-2019
- D. Paccino, *L'imbroglione ecologico. L'ideologia della natura*, Torino, Einaudi, 1972.
- M. Paci, E. Pugliese, 2011, *Welfare e promozione delle capacità*, Bologna, il Mulino.
- A. Panebianco, 2020, «A digiuno di scienza», *Corriere della sera*, 6 maggio 2020.
- C. Papapicco, 2020, «Informative Contagion: The Coronavirus (COVID-19) in Italian journalism», *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 10, 3, <https://doi.org/10.29333/oj>.
- T. Parsons, 1951, *The Social System*, Glencoe, Free Press, tr. it., *Il Sistema Sociale*, Milano, Edizioni di Comunità, 1996.
- F. Parziale, 2016, *Eretici e respinti. Classi sociali e istruzione superiore in Italia*, Milano, FrancoAngeli.
- F. Parziale, V. Pastori, 2018, «L'istruzione come risorsa di inclusione sociale delle donne», *Sociologia e Ricerca Sociale*, 115, pp. 45-67.
- M. Perniola, 2009, *Miracoli e traumi della comunicazione*, Torino, Einaudi.

- Pew Research Center, 2020, *Trust in Medical Scientists Has Grown in U.S., but Mainly Among Democrats*, <https://www.pewresearch.org/science/2020/05/21/trust-in-medical-scientists-has-grown-in-u-s-but-mainly-among-democrats/> (25/05/2020)
- T. Piketty, 2019, *Capital et idéologie*, Paris, Seuil; tr. it., *Capitale e Ideologia*, Milano, La Nave di Teseo, 2020.
- L. Pilotti, 2017a, *Produttività cognitiva e Politiche Industriali Locali*, Berlin, EAI.
- L. Pilotti, 2017b, *Welfare aziendale tra Industry 4.0 e smart working: leve di well-ness, partecipative, creative per la crescita della produttività cognitiva e del paese*, relazione presentata al Convegno Internazionale “Impresa, lavoro e non-lavoro nell’economia digitale”, Università degli Studi di Brescia, Facoltà di Giurisprudenza, Giuristi d’Impresa, 12-13 ottobre 2017.
- M. Pitzalis, M. Porcu, A. De Feo, F. Giambona, 2016, *Innovare a scuola: insegnanti, studenti e tecnologie digitali*, Bologna, il Mulino.
- F. Pozzi, S. Manca, D. Persico, L. Sarti, 2007, «A General Framework for Tracking and Analysing Learning Processes in Computer-Supported Collaborative Learning Environments», *Innovations in Education and Teaching International*, 44, 2, pp. 169-179.
- M. Prensky, 2001, «Digital natives, digital immigrants», *On the horizon*, 9, 5, pp. 1-6.
- PrimaOnline, 2020a, *Top 100 Informazione Online. A marzo l'emergenza mette il turbo alle audience. Ancora in testa Ciaopeople, editore di Fanpage e Cookist*, <https://www.primaonline.it/2020/05/04/306115/top-100-informazione-online-a-marzo-lemergenza-covid-fa-crescere-a-doppia-cifra-laudience-ancora-in-testa-ciaopeople-leditore-di-fanpage-e-cookist/>
- PrimaOnline, 2020b, *La quarantena fa crescere l'audience online, quasi tutta su smartphone. A marzo triplica il tempo speso online dai teenager*, 11/05/2020, <https://www.primaonline.it/2020/05/11/306569/la-quarantena-fa-crescere-la-total-digital-audience-nel-mese-a-marzo-triplica-il-tempo-speso-online-dei-teenager/>.
- PrimaOnline, 2020c, *Il boom dei consumi online durante l'emergenza favorisce gli editori italiani, ma gran parte del tempo è ancora in mano agli Ott*, <https://www.primaonline.it/2020/05/15/306876/il-boom-dei-consumi-online-durante-lemergenza-favorisce-gli-editori-italiani-ma-il-tempo-speso-e-ancora-in-mano-agli-ott/>
- E.L. Quarantelli, D. Wenger, 1987, *Disastro*, in F. De Marchi, A. Ellena, B. Cattarinussi (a c. di), *Nuovo dizionario di sociologia*, Milano, Edizioni Paoline.
- M. Ragnedda, 2017, *The third digital divide: A Weberian approach to digital inequalities*, New York, Routledge.
- E. Ranci Ortigosa, 2018, *Contro la povertà. Analisi economica e politiche a confronto*, Milano, Francesco Brioschi Editore.
- S.D. Reese, O.H. Gandy, A.E. Grant (eds.), 2001, *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*, Mahwah NJ., Lawrence Erlbaum Associates.
- G. Rezza, 2010, *Epidemie. Origini ed evoluzione*, Roma, Carocci.

- R. Ricci, 2019, «La dispersione scolastica implicita», *INVALSI Open*, 1.
- K. Robinson, 2006, *Do schools kill creativity?*, https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_do_schools_kill_creativity?referer=playlist-11_must_see_ted_talks#t-12429
- D. Romano, 2020, *I test per il Sars-CoV-2: appunti di ricerca*, Blog del Movimento Roosevelt, <https://blog.movimentoroosevelt.com/>
- P.G. Rossi, 2009, *Tecnologie e costruzione di mondi*, Roma, Armando Editore.
- A. Rovetta, A.S. Bhagavathula, 2020, «COVID-19-Related Web Search Behaviors and Infodemic Attitudes in Italy: Infodemiological Study», *JMIR Public Health Surveill*, 6, 2, pp. 1-10.
- G.J. Rubin, S. Wessely, 2020, «The psychological effects of quarantining a city», *BMJ*, p.368, <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31992552/>
- M.L. Ruiu, 2020, «Mismanagement of Covid-19: lessons learned from Italy», *Journal of Risk Research*, pp. 1-14, <https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758755>
- J. Russell, 2005, *Book of the Dead: The Complete History of Zombie Cinema*, Godalming, FABPress.
- G. Ryle, 1949, *The Concept of Mind*, Chicago, University of Chicago press; tr. it., *Il concetto di mente*, Roma-Bari, Laterza, 2007.
- G. Salerno Aletta, 2020, *Safetycracy, il nuovo paradigma del potere basato sulla protezione della vita*, Milano, Milano Finanza, <https://www.milanofinanza.it/news/>
- G. Salmon, 2013, *E-tivities: The key to active online learning*, London, Routledge.
- K. Samuelowicz, J. D. Bain, 2001, «Revisiting Academics' Beliefs About Teaching and Learning», *Higher education*, 41, 3, pp. 299-325.
- C. Saraceno, 2004, *Le dinamiche assistenziali in Europa*, Bologna, il Mulino.
- C. Saraceno, M. Naldini, 2013, *Sociologia della famiglia*, Bologna, il Mulino.
- F. Saurwein, C. Spencer-Smith, 2020, «Combating Disinformation on Social Media: Multilevel Governance and Distributed Accountability in Europe», *Digital Journalism*, pp. 1-22, <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1765401>.
- M. Savage, R. Burrows, 2007, «The Coming Crisis of Empirical Sociology», *Sociology*, 41, 5, pp. 885-899.
- F. Sbattella, M. Tettamanzi (a c. di), 2013, *Fondamenti di psicologia dell'emergenza*, Milano, FrancoAngeli.
- A. Schizzerotto, C. Barone, 2006, *Sociologia dell'istruzione*, Bologna, il Mulino.
- S.M. Schlerka, 2019, «It's time for a change: A Bourdieusian approach on social change», *Time & Society*, 28, 3, pp. 1013-1038.
- C. Schmitt, 1922, *Politische Theologie. Vier Kapitel zur Lehre von der Souveränität*, Auflage, Duncker & Humblot; tr. it., *Teologia politica I*, Bologna, il Mulino, 1972.
- L. Sciolla, 2004, *La sfida dei valori. Rispetto delle regole e rispetto dei diritti in Italia*, Bologna, il Mulino.
- N. Sella, 1930, *Estetica musicale in San Tommaso*, Torino, Edizioni L'Erma.
- A. Sen, 1999, *Development as Freedom*, New York, Alfred A. Knopf; tr. it., *Lo sviluppo è libertà: perché non c'è crescita senza democrazia*, Milano, Mondadori, 2000.

- T. Sentell, S. Vamos, O. Okan, 2020, «Interdisciplinary Perspectives on Health Literacy Research Around the World: More Important Than Ever in a Time of COVID-19», *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 9, <https://doi.org/10.3390/ijerph17093010>
- D. Silverman, 2006, *Domesticating domestication. Reflections on the life of a concept*, in T. Berker, M. Hartmann, Y. Punie, K. Ward (eds.), *Domestication of media and technology*, 2006, Maidenhead, Open University Press.
- B. Simonetta, 2020, «Così Bezos e i big di Wall Street provano ad arginare le perdite da coronavirus», *Il Sole 24 Ore*, <https://www.ilsole24ore.com/art/>
- G. Smith, 2008, «Does gender influence online survey participation?: A record-linkage analysis of university faculty online survey response behavior», *ERIC Document Reproduction Service No. ED 501717*.
- S. Sontag, 1978, *Illness as Metaphor*, New York, Farrar, Straus and Giroux; tr. it., *Malattia come metafora. Il cancro e la sua mitologia*, Torino, Einaudi, 1979.
- P.A. Sorokin, 2010, *Man and Society in calamity*, New Brunswick, Transaction Publisher.
- C. Sorrentino, E. Bianda, 2013, *Studiare giornalismo*, Roma, Carocci.
- E. Spaltro, 1982, *Soggettività*, Bologna, Patron, seconda ed.
- R. Stake, 2007, *La valutazione di programmi, con particolare riferimento alla valutazione sensibile*, in N. Stame (a c. di), *Classici della Valutazione*, Milano, FrancoAngeli.
- G. Statera, 2002, *Logica dell'indagine scientifico-sociale*, Milano, FrancoAngeli.
- D. Tapscott, 2011, *Net Generation. Come la generazione digitale sta cambiando il mondo*, Milano, FrancoAngeli.
- E. Tognotti, 2002, *La spagnola in Italia. Storia dell'influenza che fece temere la fine del mondo*, Milano, FrancoAngeli.
- M. Triventi, 2014, «Le disuguaglianze di istruzione secondo l'origine sociale. Una rassegna della letteratura sul caso italiano», *Scuola democratica*, 2, pp. 321-342.
- B.A. Turner, 1992, *The Sociology of Safety*, in D. Blockley (ed.), *Engineering Safety*, London, Me Graw-Hill.
- B.A. Turner, 1994, «The Future for Risk Research», *Risk Research*, 18, pp. 53-65.
- M.M. Turner, 2010, *Emotion in Persuasion and Risk Communication*, in K. K. Döveling, C. von Scheve, E.A. Konijn (eds.), *The Routledge Handbook of Emotions and Mass Media* (pp.237-258), London, Routledge.
- A. Tversky, D. Kahneman, 1974, «Judgement under uncertainty: heuristics and biases», *Science*, 185, pp. 1124-1131; tr. it., «Il giudizio in condizioni di incertezza: euristiche e bias», in D. Kahneman, 2011, *Thinking, Fast and Slow*, New York, Farrar, Straus and Giroux; tr. it., *Pensieri lenti e veloci*, Milano, Mondadori, 2015, pp. 569-594.
- A.J. van Deursen, J.A. van Dijk, 2014, «The digital divide shifts to differences in usage», *New media & society*, 16, 3, pp. 507-526.
- J. van Dijck, T. Poell, M. de Waal, 2018, *The Platform Society. Public Values in a Connective World*, Oxford, Oxford University Press; tr. it., *Platform Society. Valori pubblici e società connessa*, Milano, Guerini, 2019.

- M. Veneziani, 2020, «Gli impresari del terrore», *La Verità*, <http://www.marcelloveneziani.com/articoli/>
- A. Visentini, S. Cazzaroli, 2019, *Smart working: mai più senza. Guida pratica per vincere la sfida di un nuovo modo di lavorare*, Milano, FrancoAngeli.
- L. von Bertalanffy, 1968, *General System Theory. Development, Applications*, New York, George Braziller; tr. it., *Teoria generale dei sistemi*, Milano, Oscar saggi Mondadori, 2004.
- R.G. Wallace, 2016. *Big farm make big flu. Dispatches on infectious disease, agribusiness, and the nature of science*, New York, NYU Press.
- WHO, 2018, *Communicating Risk in Public Health Emergencies A WHO Guideline for Emergency Risk Communication (ERC) policy and practice*, [https://www.who.int/risk-communication/guidance/download/en/ \(25/05/2020\)](https://www.who.int/risk-communication/guidance/download/en/ (25/05/2020)).
- M. Wolf, 1985, *Teorie delle comunicazioni di massa*, Milano, Bompiani.
- E. Zerubavel, 1985, *Hidden Rhythms: Schedules and Calendars in Social Life*, Berkeley, CA, University of California Press.
- E. Zerubavel, 1997, *Social Mindscales: An Invitation to Cognitive Sociology*, Cambridge, MA, Harvard University Press.
- J.O. Zinn, 2020, «“A monstrous threat”: How a state of exception turns into a “new normal”», *Journal of Risk Research*, Online First.

Gli autori

Felice Addeo, Ph.D., è attualmente Ricercatore in Sociologia Generale presso l'Università di Salerno, Dipartimento di Scienze Politiche e della Comunicazione.

Maurizio Bonolis, dall'anno 2000 è Professore ordinario di Sociologia Generale presso il Dipartimento di Comunicazione e ricerca sociale di Sapienza, Università di Roma.

Giovanni Brancato, Ph.D., è Assegnista di Ricerca presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.

Maria Carmela Catone, Ph.D., è visiting professor presso il Dipartimento di Sociologia dell'Università di Barcellona, dove insegna Metodi quantitativi e qualitativi nelle scienze sociali.

Pierluigi Cervelli è Ricercatore presso il Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma, dove insegna Scienze semiotiche.

Paolo De Nardis è Professore ordinario di Sociologia generale nel Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma, dove è stato anche Direttore del Dipartimento di Sociologia e Preside della facoltà omonima.

Maria Dentale, Ph.D., è borsista post-doc presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.

Luca Di Censi, sociologo, collabora con le attività didattiche e di ricerca del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.

Antonio Fasanella, Ph.D., è Professore ordinario di Storia e metodo delle scienze sociali, Metodologia della ricerca sociale, Teorie e pratiche della valutazione presso il Dipartimento di Comunicazione e ricerca sociale della Sapienza Università di Roma.

Maria Paola Faggiano, Ph.D., dirige il Laboratorio di Comunicazione e Ricerca sociale (CorisLab) presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale della Sapienza Università di Roma.

Mihaela Gavrila, Ph.D., è Professore associato presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale della Sapienza Università di Roma, dove insegna Entertainment and Television Studies.

Giovanna Gianturco, Ph.D., è Professore associato di Sociologia Generale presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.

Patrizia Laurano, Ph.D., svolge attività didattica e di ricerca nel Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.

Veronica Lo Presti, Ph.D., è Ricercatrice in Sociologia Generale e Professore aggregato di Teorie e Pratiche di Valutazione. Laboratorio di Ricerca Valutativa e Monitoraggio e valutazione delle iniziative di cooperazione allo sviluppo presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.

Carmelo Lombardo, Ph.D., è Professore ordinario presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale della Sapienza Università di Roma, dove insegna Storia e Metodo delle Scienze sociali e Sistemi organizzativi complessi nella Società dell'innovazione.

Alberto Marinelli, Ph.D., Direttore del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma, è Professore ordinario e insegna Teorie della comunicazione e dei media digitali.

Fabrizio Martire, Ph.D., è Professore associato presso il Dipartimento

di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma, dove insegna Metodologia della ricerca sociale.

Alberto Mattiacci, Ph.D., è Professore ordinario presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma, dove insegna Marketing, Economia e Gestione delle Imprese.

Sergio Mauceri, Ph.D., è Professore associato di Sociologia generale presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma, dove insegna Metodologia della ricerca sociale e Modelli e procedure di ricerca sociale.

Bruno Maria Mazzara è Professore ordinario di Psicologia sociale presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale della Sapienza Università di Roma, di cui è stato Direttore.

Isabella Mingo è Professore associato di Statistica Sociale presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.

Stefano Nobile, Ph.D., è Ricercatore e Professore aggregato di Metodologia della ricerca sociale e Sociologia generale presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.

Mariella Nocenzi, Ph.D., è Professore associato presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma, dove insegna Analisi sociale della metropoli e Politiche sociali per la cooperazione.

Paola Panarese, Ph.D, è Professore associato di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma, dove insegna Advertising e Brand Communication.

Fiorenzo Parziale, Ph.D., è Ricercatore presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma, dove insegna Sociologia dei Processi Culturali e Sociologia della Famiglia.

Sara Pastore è borsista presso il dottorato in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing, curriculum in Metodologia delle scienze sociali, del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.

Maria Concetta Pitrone è Professore ordinario di Sociologia generale e insegna Metodologia della ricerca sociale e Analisi dell'opinione pubblica scelte di mercato e customer satisfaction presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.

Christian Ruggiero, Ph.D., è Professore associato in Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.

Stefano Scarcella Prandstraller è Ricercatore a tempo indeterminato di Sociologia dei fenomeni politici e professore aggregato di Relazioni Istituzionali presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.

Lorenzo Sabetta, Ph.D., svolge attività di ricerca nel Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.

Fabiola Sfodera, Ph.D., è Ricercatrice e Professore aggregato per l'area di Economia e gestione delle imprese presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.

Cristina Sofia, Ph.D., è Ricercatrice in Sociologia generale presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma, dove attualmente insegna Reti sociali e stili di vita e Laboratorio sui processi e la cultura organizzativa d'impresa.

Barbara Sonzogni, Ph.D., è Professore associato di Sociologia generale presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma.

Vi aspettiamo su:

www.francoangeli.it

per scaricare (gratuitamente) i cataloghi delle nostre pubblicazioni

DIVISI PER ARGOMENTI E CENTINAIA DI VOCI: PER FACILITARE
LE VOSTRE RICERCHE.



Management, finanza,
marketing, operations, HR

Psicologia e psicoterapia:
teorie e tecniche

Didattica, scienze
della formazione

Economia,
economia aziendale

Sociologia

Antropologia

Comunicazione e media

Medicina, sanità



Architettura, design,
territorio

Informatica, ingegneria

Scienze

Filosofia, letteratura,
linguistica, storia

Politica, diritto

Psicologia, benessere,
autoaiuto

Efficacia personale

Politiche
e servizi sociali



FrancoAngeli

La passione per le conoscenze

Copyright © 2020 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835111641

Questo 
LIBRO

 ti è piaciuto?

Comunicaci il tuo giudizio su:
www.francoangeli.it/latuaopinione.asp



VUOI RICEVERE GLI AGGIORNAMENTI
SULLE NOSTRE NOVITÀ
NELLE AREE CHE TI INTERESSANO?



ISCRIVITI ALLE NOSTRE NEWSLETTER

SEGUICI SU:



FrancoAngeli

La passione per le conoscenze

Copyright © 2020 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835111641

A cura di Carmelo Lombardo, Sergio Mauceri

La società catastrofica

Il volume raccoglie e discute le interpretazioni dei principali risultati di una ricerca sociologica – a cui hanno partecipato, nella fase del *lockdown*, quasi quindicimila persone – su come l'emergenza Covid-19 abbia trasformato gli stili di vita, le relazioni sociali e le aspettative degli italiani.

La pandemia ha plasticamente reso evidente come l'origine e la produzione dei rischi, a differenza che nel passato, non sono imputabili a cause esterne, ma rimangono *interne* alla società stessa; e che gli stati di emergenza sono ormai la *norma* piuttosto che l'eccezione. La comparsa "regolare" di malattie a tendenza epidemica – dalla Sars, all'influenza aviaria, alle febbri emorragiche come l'Ebola – così come la regolarità di incidenti da sostanze chimiche tossiche, fino ai disastri ambientali e ai cambiamenti climatici, rimettono al centro dello spazio e del dibattito pubblico la riflessione sociologica sulle conseguenze inaspettate dell'azione, soprattutto quella prodotta da attori collettivi come le aziende multinazionali. La moltiplicazione industriale dei rischi costruiti, se da un lato mette in questione l'idea stessa che i rischi si possano controllare attraverso procedure tecnico-scientifiche, dall'altro indebolisce le nozioni tipicamente moderne di previsione e di sapere esperto. Nella società catastrofica, di cui l'emergenza Covid-19 rappresenta una forma simbolica, l'*imprevisto* torna a occupare il centro della scena pubblica, contribuendo a una ridefinizione sia dell'expertise, sia della decisione politica. Nello spazio globale sospeso, creato dalla pandemia, sia la società che la socialità escono stravolte e sollevano questioni che interrogano gli scienziati sociali.

A corredo del testo sono disponibili degli allegati multimediali scaricabili dalla pagina web del volume sul sito www.francoangeli.it.

Carmelo Lombardo è professore ordinario di Sociologia generale e Direttore dell'Osservatorio di Sociologia Elettorale presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale della Sapienza Università di Roma. Ha pubblicato numerosi saggi, articoli e volumi su temi metodologici e di storiografia sociologica.

Sergio Mauceri è professore associato di Sociologia generale presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma. È Direttore del Master interuniversitario di II livello in Metodologia e tecniche avanzate di ricerca sociale. Ha pubblicato numerosi saggi, articoli e volumi su temi metodologici e sociologici.

