

Editoriale

Stefano Ruggeri, Fabio Ballor

Università degli Studi di Palermo

Le «forme» della comunicazione mediata dal computer hanno subito, in quest'ultimo ventennio, profonde trasformazioni, collegate soprattutto allo sviluppo e la diffusione delle ICT. Spesso, infatti, si resta profondamente colpiti da come i nativi digitali interagiscano tra loro e da come questa comunicazione – in termini di forme linguistiche utilizzate, di oggetti della discussione e di modalità relazionali – rifletta, ed in parte ricalchi, l'interazione che avviene sul Web. Sono sempre più numerosi gli studi che dimostrano come l'interazione sociale rappresenti uno degli utilizzi prevalenti della Rete (Barght e McKenna, 2004; Joinson, McKenna, Postmes e Reip, 2007; Markus, Machilek e Schutz, 2006).

È verso questa direzione che prende le mosse il cosiddetto Web 2.0, fondato sull'utilizzo del Web come strumento di scambio e di comunicazione tra gli utenti, non più fruitori passivi di contenuti, ma attivi responsabili di processi di interazione ed elaborazione collettiva.

All'interno di questi contesti, sempre più numerose sono le ricerche volte ad analizzare come individui e gruppi, si incontrano senza una necessaria co-presenza fisica e/o temporale per collaborare, condividere informazioni o anche al solo fine di socializzare. Non è un caso quindi che, recentemente, gli interessi della ricerca in questo ambito si avvalgano di modelli nati e testati nell'ambito della psicologia sociale (McKenna e Bargh, 2000; McKenna e Green, 2002; Michinov, Michinov e Toczec-Capelle, 2004; Spears e Lea, 1992; Rutkowski, Saunders, Vogel e van Genuchten, 2007), essendo spiccata la convinzione che Internet altro non sia altro che il più evoluto dei social medium (Postmes, Spears e Lea, 2002).

La possibilità di interagire con gli altri mediante il Web rappresenta quindi l'aspetto fondamentale della nostra epoca. È su questa premessa che si fonda il costrutto di ergonomia sociale, che qui viene presentato. L'approccio classico ha evidenziato i limiti teorici di un'ergonomia vista in chiave essenzialmente cognitiva (Norman, 1998), focalizzata sull'interazione tra singolo utente e sistema tecnologico. Approcciando una più ampia visione, che comprenda l'analisi situata delle relazioni sociali entro i contesti ove si verificano, ne trae vantaggio anche una progettazione didattica che ne contempli la sua applicazione in chiave empirica. L'aiuto dei modelli provenienti dalla psicologia sociale diviene così fondamentale per supportare la creazione di ambienti di On Line Learning volti a supportare la collaborazione tra i gruppi.

Questo numero di Form@re approfondisce a vari livelli e tramite diverse angolazioni il costrutto di ergonomia sociale, oltre ad analizzare alcuni contesti entro i quali questo si sostanzia.

In particolare il primo articolo L'ergonomia sociale (Ruggieri, Ballor e Boca) puntualizza gli aspetti chiave della prospettiva ergonomico sociale, evidenziandone le caratteristiche evolutive del costruito e puntualizzando il concetto di ambiente.

Nel secondo articolo, Riflessioni sull'efficacia del Social Networking, Frozzi e Mazzoni riflettono sull'importanza e sul ruolo delle relazioni all'interno dei social network quali strumenti di comunicazione ed organizzatori della realtà, oltre che di artefatti culturali della mente umana.

Marcello Molino ha analizzato i Supporti tecnologici forniti alla collaborazione mediata dal computer: i collaboration script, strumenti a disposizione di chi progetta attività formative al fine di renderle più funzionali ed efficienti, andando a vedere come l'ergonomia sociale si sostanzia all'interno di alcune strutture progettuali dell'apprendimento collaborativo mediato dal computer (CSCL).

Nell'articolo La leadership nei contesti dell'interazione virtuale (Ruggieri e Ballor) viene analizzato uno degli ambiti di applicazione dell'ergonomia sociale; i principi di base che sovrintendono alla creazione di sistemi elettronici che favoriscono una leadership efficace.

Nell'articolo Il linguaggio della CMC... il «Dolce stil novo» del Web? (Elia) sono analizzate alcune delle caratteristiche fondanti della Computer Mediated Communication. Aspetto, questo, indispensabile al fine di procedere ad una progettazione dei sistemi formativi che ne sfruttino appieno tutte le potenzialità.

Infine, nell'articolo Computer Mediated Communication e Second Life (Boniello), sono riportate alcune applicazioni degli assunti più significativi della CMC in un contesto virtuale.

Bibliografia

- Bargh J.A. e McKenna K.Y.A. (2004), The Internet and Social Life, *Annual Review of Psychology*, vol. 55, pp. 573-590.
- Joinson A.N., McKenna K.Y.A., Postmes T. e Rieps U.D. (Eds.) (2007), *The Oxford Handbook of Internet Psychology*, Oxford University Press.
- Markus B., Machilek F. e Schutz A. (2006), Personality in Cyberspace: Personal Web Sites as Media for Personality Expressions and Impressions, *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 90, n. 6, pp. 1014-1031.
- McKenna K.Y.A. e Bargh J.A. (2000), Plan 9 from Cyberspace: The implications of the Internet for personality and social psychology, *Personality and Social Psychology Review*, vol. 4, pp. 57-75.
- McKenna K.Y.A. e Green A.S. (2002), Virtual Group Dynamics, *Group Dynamics*, vol. 6, n. 1, pp. 116-127.
- Michinov N., Michinov E. e Toczec-Capelle N.C. (2004), Social Identity, Group Processes, and Performance in Synchronous Computer-Mediated Communication, *Group Dynamics*, vol. 8, n. 1, pp. 27-39.
- Paccagnella L. (2000), *La comunicazione al computer*, Bologna, Il Mulino.

- Postmes T., Spears R. e Lea M. (2002), Intergroup differentiation in computer-mediated communication: Effects of depersonalization, *Group Dynamics*, vol. 6, pp. 3-16.
- Rutkowski A.F., Saunders C., Vogel D. e van Genuchten M. (2007), Is It Already 4 a.m. in Your Time Zone?: Focus Immersion and Temporal Dissociation in Virtual Teams, *Small Group Research*, vol. 38, pp. 98-129.
- Spears R. e Lea M. (1992), Social influence and the influence of the «social» in computer-mediated communication. In Lea M. (Ed.), *Context of computer-mediated communication*, Hemel Hempstead, United Kingdom: Harvester Wheatsheaf, pp. 26-54.