

Un esercizio di immaginazione sociologica: se «*» e «ə» fossero persone?

Nicola Strizzolo

1. Introduzione

Le ultime discussioni sull'utilizzo dell'asterisco nell'ambito della comunicazione inclusiva dell'Ateneo di Udine (Pellizzari 2021), per altro datato rispetto alle varie esternazioni registrate, nulla di nuovo presentano sotto il profilo della diffusione dell'informazione nell'ecosistema mediale e di eventuali proteste che possono dare adito a manifestazioni o al concentrarsi delle condizioni per la nascita o l'azione di movimenti (Rheingold 2003; Sandoval-Almazan e Gil-Garcia 2014).

La campagna dell'Ateneo, che se fosse discutibile lo sarebbe quanto qualsiasi azione o non azione comunicativa, andrebbe, semmai, letta esegeticamente: ovvero, collocata nel preciso momento culturale, sensibilità e contesto comunicativo nel quale è germinata.

Se si volesse, a tutti costi, trovare un vulnus, l'unico sarebbe quello, sotto il profilo dell'immagine, di non avere aggiornato, in piena pandemia, alcuni elementi visivi esterni alla sua struttura, sintomo questi di esigenze percepite e manifestate in maniera condivisa: quella dell'inclusività e dell'uguaglianza di genere.

Ricordiamo, anche ai fini della conclusione di questo contributo, che si ha disuguaglianza quando una serie di risorse e opportunità in società sono distribuite in modo diseguale, ostacolando così la parità, privando

Nicola Strizzolo, University of Teramo, Italy, nstrizzolo@unite.it, 0000-0001-6384-9210

Referee List (DOI 10.36253/fup_referee_list)

FUP Best Practice in Scholarly Publishing (DOI 10.36253/fup_best_practice)

Nicola Strizzolo, *Un esercizio di immaginazione sociologica: se «*» e «ə» fossero persone?*, © Author(s), CC BY 4.0, DOI 10.36253/979-12-215-0138-4.11, in Maria Paola Monaco (edited by), *La lingua italiana in una prospettiva di genere. Atti del Seminario online promosso dagli Atenei di Firenze e Udine con il patrocinio dell'Accademia della Crusca (1° marzo 2022)*, pp. 57-66, 2023, published by Firenze University Press, ISBN 979-12-215-0138-4, DOI 10.36253/979-12-215-0138-4

determinate categorie di persone della possibilità di *agency* e *capability* (Sen 1994), dell'esercizio di diritti e della fruizione di servizi (Nussbaum 2002).

Vogliamo ipotizzare, per rilevare una disuguaglianza, non ancora trattata, attraverso un esercizio di immaginazione sociologica, quale genere verrebbe proiettato se il simbolo dell'asterisco (*) e dello *schwa* (ə) fossero persone.

Per il concetto di immagine sociologica, abbiamo caro quello di Wright Mills:

L'immaginazione sociologica permette a chi la possiede di vedere e valutare il grande contesto dei fatti storici nei suoi riflessi sulla vita interiore e sul comportamento esteriore di tutta una serie di categorie umane [...] Gli offre la possibilità di districare [...] le grandi linee, l'ordito della società moderna, e di seguire su di esso la trama psicologia di tutta una gamma di uomini e di donne. Riconduce in tal modo il disagio personale dei singoli a turbamenti oggettivi della società e trasforma la pubblica indifferenza in interesse per i problemi pubblici (Mills 1962, 15).

È uno strumento mentale, primo gradino euristico di ipotesi base per successivi disegni di ricerca più completi, impressione iniziale a cui può ricorrere la psicologia sociale e che a sua volta può utilizzare, come nel nostro caso, elementi psicoanalitici.

Metodologicamente partiamo da un'osservazione: non vi è ancora allo studio alcuna regolarità generalizzabile e, a priori, non ci risultano sussistere ricerche che mettano in rilevanza la covariazione degli elementi che esamineremo di seguito.

2. L'osservazione empirica

Partiremo, fatta questa premessa, da informazioni di immediato reperimento.

Innanzitutto, i simboli «*» e «ə», proposti come desinenza di genere, lasciano un'apertura da chiudere secondo l'intendimento del lettore, qualcosa di non definito, da definire e non una volta per tutte. Ciò dovrebbe avvenire sulla base dell'identità di genere che il destinatario percepisce come propria o del riferimento di genere che si immagina per il termine che finisce con uno dei due simboli.

Questo per condividere e riprodurre una cultura dell'inclusività, non solamente riferita al femminile o maschile, ma anche verso coloro che si collocano al di fuori di questa binarietà, in maniera di potervi proiettare diverse identità di genere, senza dover ricorrere a ripetizioni e abbracciare così anche la liquidità dello stesso. Il genere, pertanto, rimane qualcosa di non scritto; scomodando Eco (1962): un'opera aperta chiusa dal lettore.

E quando i corpi – o meglio, ciò che dei corpi si vede –, diventano «*» e «ə», qualcosa da completare e da riempire nella percezione del genere, che cosa succede?

Per trovare qualche risposta, circostanziale, abbiamo fatto una ricerca, attraverso il motore di ricerca Google, di immagini di persone che nell'industria dello spettacolo abbiano cambiato il sesso anagrafico, oppure che esprimano fluidità-non binarietà di genere, e mantenuto, se non raggiunto, popolarità, risultando ai primi posti nelle SERP (Search Engine Results Pages – le pagine dei risultati).

Abbiamo, per questo, immesso, a turno, le seguenti parole chiave¹:

- a) «Volti San Remo 2022»;
- b) «Persone famose che hanno cambiato sesso»;
- c) «Star che hanno cambiato sesso».

a) Nella prima ricerca, le prime tre immagini ottenute sono, nell'ordine:

1. un riquadro di *Repubblica*, a corredo dell'articolo "Sanremo 2022, i volti diversi della femminilità sul palco dell'Ariston" (Fumarola 2022), contenente un set di foto con Maria Chiara Giannetta, Sabrina Ferilli, Ornella Muti, Drusilla Foer e Lorena Cesarini. Drusilla Foer è il personaggio interpretato dall'attore Gianluca Gori che recita, in questo caso co-conduce, vestita e truccata da donna²;
2. una scaletta visiva, di accompagnamento all'articolo "Sanremo 2022: ecco quanto guadagnano i cantanti in gara per salire sul palco dell'Ariston" (Spyit.it 2022), aperta da Achille Lauro, seguito da Michele Bravi³, cantante dichiaratamente omosessuale, criticato da Sgarbi per il look eccessivamente effeminato (cfr. Candela 2022);
3. un primo piano americano su Achille Lauro da un servizio di *Vanity Fair*⁴.



¹ La ricerca iconografica è stata svolta nel febbraio 2022.

² Cfr. <<https://www.cosmopolitan.com/it/star/televisione/a38975838/festival-di-sanremo-2022-drusilla-foer-monologo/>>.

³ Cfr. <<https://www.fanpage.it/stile-e-trend/moda/michele-bravi-non-e-tutto-femmina-e-un-artista-libero-dai-vostri-pregiudizi/>>.

⁴ Cfr. <<https://www.vanityfair.it/article/sanremo-2022-i-mille-volti-di-achille-lauro-domenica-foto>>.

Sulla scorta dell’articolo di *Repubblica*, sopramenzionato (Fumarola 2022), sempre su Google immagine, digitiamo «Sanremo i volti femminili»: nei primi sette riquadri dei risultati, c’è sempre Drusilla, o che tro-neggia al centro, o sopra in un riquadro molto più grande degli altri o al primo posto (Fig. 1).

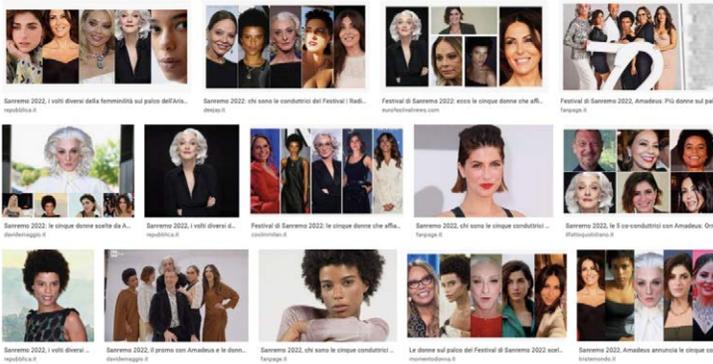


Figura 1 – Risultato della ricerca su Google immagini attraverso i termini chiave «Sanremo i volti femminili».

Stimolati da questo risultato, con lo stesso strumento, cerchiamo «Sanremo i volti maschili»: al primo posto troviamo un’immagine con Fabio Fazio (noto conduttore di *Che tempo che fa*), Amadeus (il conduttore del *Festival di Sanremo*), Pierfrancesco Favino (attore) e il cantante Claudio Baglioni, ma in successione troviamo anche diversi cantanti, che si sono esibiti con abiti per lo più femminili. Sempre nell’ottica della nostra riflessione, risultano significative le foto utilizzate da *Velvet Gossip*, per la notizia “I look maschili della seconda serata di Sanremo 2022”⁵, con gli esordienti Sangiovanni e Matteo Romano, in cui dominano, se ancora si possono definire tali, sconfinamenti di genere.



b) Utilizzando la frase «Persone famose che hanno cambiato sesso» siamo andati alla ricerca delle immagini di quelle persone che nell’industria dello spettacolo (pur sempre parte dell’industria culturale; Colombo 2012) attraverso la chirurgia, con il supporto di terapie farmacologiche, hanno riscritto la loro espressione corporea di genere. Il fatto che siano tra i primi risultati nella SERP ci può far asserire che la transizione o espres-

⁵ Cfr. <<https://www.velvetgossip.it/2022/02/03/i-look-maschili-della-seconda-serata-di-sanremo-2022/>>.

sione di fluidità non abbia pregiudicato la loro celebrità. In questo caso, ai primi posti vediamo solamente uomini diventati anagraficamente donne.

c) Con l'ultimo sintagma di ricerca, «Star che hanno cambiato sesso», il risultato non cambia dal precedente tentativo: troviamo ai vertici per lo più divi diventati dive e la foto di una tennista, corredo all'articolo "Bruce Jenner e gli altri atleti che hanno cambiato sesso" (cfr. *Stile.it* 2014). Nel servizio, l'unico caso di passaggio, da donna a uomo trattato su sette transizioni di genere, è quello della ex pesista, dell'allora Germania dell'Est, Heidi Krieger, attualmente Andreas.

3. Una prima risposta

Da questo rapido sguardo, possiamo provare a formulare una prima risposta alla domanda iniziale: «quale genere verrebbe proiettato se il simbolo dell'asterisco (*) e dello *schwa* (ə) fossero persone»?

Reputiamo, a questo punto, almeno sul palcoscenico, possa dominare un'interpretazione al maschile.

Certamente, di base, il mondo dello spettacolo non rappresenta che sé stesso, lontano dalla vita comune di tutti i giorni. Può offrire, pur sempre, modelli, contribuire all'immaginario, catalizzare mode e, alcune volte, rivendicare temi sociali e contribuire alla sensibilizzazione verso gli stessi o sottolinearne l'importanza fino a sanzionarne il mancato rispetto di diritti e dignità personali⁶.

Sotto il profilo dell'immagine personale, richiede un continuo e accurato investimento, fino all'estensione di quella mediatizzata nella quale viene, così, rappresentata anche quella privata (simulata o meno, non ci è dato sapere) perché diventi a sua volta pubblica (McDonald 2000; Morin 2021).

Lo *star system*, d'altro canto, non è l'unico ambito nel quale si 'capitalizzi' l'immagine personale: esiste anche quello di massa dei social network online (Boccia Artieri et al. 2017).

Queste piattaforme di esposizione del Sé e delle reti di relazioni (Strizzolo et al. 2019), hanno stimolato l'attenzione di numerosi studi e letteratura, sia di stampo narcisistico (Calzeroni 2019; Strizzolo 2020), che di critica alle stesse, che spostano il narcisismo verso un bisogno di ammirazione (Charmet 2018) sospinto dal nuovo liberalismo: per capitalizzare la propria immagine, come imprenditori di sé stessi, i social apparirebbero come gli strumenti più immediati, economici e alla portata di tutti (Boccia Artieri et al. 2017; Colombo 2013).

⁶ Sugli effetti sociali dei media, cfr. Wolf 1992, Silverstone 2002.

E anche sui social, andando alla ricerca di comunità transgender, con parole chiave «nonbinary» o «transgender», troviamo, ancora una volta, per lo più persone la cui condizione sessuale di partenza era quella maschile: ovviamente la nostra è una prima ipotesi alla prova di un immediato reperimento per parole chiave e la ricerca andrebbe estesa e sistematizzata, ma tra le comunità indiane su FB, le raccolte di immagini su Instagram, i filoni *nonbinary* su TikTok, offerte di incontri con diverse motivazioni e scopi, che abbiamo così raccolto, troviamo quasi sempre uomini che si presentano come o sono diventate donne.

Esiste, nella nostra esperienza di ricerca, un precedente, pubblicato nel saggio *Internet, droghe e donne* (Strizzolo 2013): da un'analisi di profili di donne italiane sull'allora sito www.goatrance.de⁷, piattaforma espressione di una vasta e capillare comunità internazionale di persone interessate ai *Goaparty*⁸, nel caso di quello che allora si chiamava *gender switch*⁹, risultava essere una caratteristica di profili che poi scoprimmo essere di utenti per lo più maschi.

Il punto di partenza concettuale della ricerca poggiava sulla considerazione che

Il rivestimento, l'abito, la decorazione sulla pelle "creano" il corpo, lo forgianno insieme al mondo circostante [...] Definiscono "corpo" rivestito il territorio fisico-culturale in cui si realizza la performance visibile e sensibile della nostra identità esteriore. In questo testo-tessuto culturale composito, trovano modo di esprimersi tratti individuali e sociali che attingono a elementi quali il genere, il gusto, la sessualità, il senso di appartenenza a un gruppo sociale e a una comunità o, viceversa, la trasgressione (Calefato 2009, 19).

La nostra ipotesi si fondava sul rivestimento online inteso come una costruzione digitale, rappresentato dall'avatar, dal *nickname*, dalle foto e

⁷ Attuale dominio: <www.goabase.net/>.

⁸ «All'inizio degli anni '70 una comunità di hippy seguaci di Osho s'insediò a Goa nella parte settentrionale delle spiagge di Anjuna and Vagator [...] Negli anni successivi Goa divenne il simbolo e paradiso per i party associati alla droga nella stagione invernale. Verso la fine degli anni '80 la scena digitale e tribale di modificò sotto l'influsso dei post hippy e dei post punk sviluppando rituali e intensità psichedelica verso un nuovo stile di musica elettronica: l'ipnotica "Goa trance". Questa corrente arrivò in Occidente con la conseguente proliferazione dei "Goa party" in tutto il mondo e la commercializzazione della musica Goa in forme più domestiche, mainstream ed europee» (D'Andrea 2004, 239).

⁹ Il caso più noto nella letteratura è forse quello presentato da Sherry Turkle (1999), dello psicanalista che si è finto, online, donna: con questo profilo fake aveva raccolto diverse confidenze private di donne, le aveva rincuorate; quando hanno voluto incontrare questa persona, nonostante gli ostacoli posti, come una disabilità e un ricovero in ospedale, è stata alla fine, smascherata.

da altri elementi del profilo (ad es. l'utilizzo di altri testi come poesie o canzoni).

In conclusione, osservammo come il genere dei profili femminili, a differenza di quelli maschili, era riconoscibile dall'associazione del nome all'immagine: dove il nome e l'immagine erano femminili non avevamo riscontrato diffuse ambiguità a differenza di altri profili con nome e immagine maschile, nei quali il 'sesso' era stato definito, ad esempio, come alieno (Strizzolo 2013).

A questo punto riteniamo epistemologicamente proficuo utilizzare il concetto di 'proiezione', così come viene inteso nella psicologia dinamica, dove per proiezione si intende un meccanismo di difesa, attraverso il quale contenuti, nei quali il soggetto non si riconosce, vengono proiettati all'esterno trovando un oggetto, simbolo, persona o cosa dei quali caricarli, separandosi così da loro, fino a nutrire sentimenti negativi verso chi o ciò che li incarna, per discostarsi, distinguersi, proteggersi – è, come già scritto, un meccanismo di difesa – da questi, che rappresentano una scissione di sue parti che non riconosce in quanto tali (Mangini 2001). Su questo concetto si basano i test proiettivi: attraverso questi strumenti diagnostici qualitativi, vengono rappresentati disegni, forme, situazioni, narrazioni, frasi da completare o immagini da interpretare (es. le macchie di Rorschach); attraverso l'azione di co-costruzione del contenuto da parte di chi è sottoposto alla prova, vengono esternalizzati i suoi discorsi interiori e così sue caratteristiche intrapsichiche (Passi Tognazzo 2012).

Sociologicamente però, il simbolo è un prodotto intermentale (Ardigò 1988), non è mai un fatto esclusivamente soggettivo (Berger e Luckman 1966) e così la simbolizzazione: in una società, dove tutti i corpi riscritti o da riscrivere sono tutti (o quasi)¹⁰ maschili, che cosa può venire proiettato, in un testo scritto, in funzione dei simboli «*» e «ə»?

Per rispondere a questo, servono ulteriori approfondimenti e dati, questo studio rappresenta solo un esordio.

4. La disegualianza di transgenere

Non esprimiamo alcun giudizio di valore o stupore nello 'sconfinamento' di genere, che ha interessato l'intera storia antropologica e culturale dell'uomo (Haggerty 2013).

¹⁰ L'ultimo e unico dato italiano, al momento della presentazione di questo contributo (1° marzo 2022), risalirebbe al 2011 ed è riferito al lasso di tempo 1992-2008. In Italia, all'epoca del sondaggio, le donne transessuali sarebbero state 424 e gli uomini transessuali 125 (cfr. Ferrante s.d.). Comunque, una proporzione che non pare rispecchiata nei risultati delle ricerche che abbiamo effettuato attraverso Google.

Abbiamo messo solamente in evidenza come vengono posti sotto i riflettori e premiati quasi esclusivamente uomini rispetto a donne che utilizzano, esprimono, manifestano e pubblicizzano aspetti di sé, in riferimento al genere, attribuibili culturalmente al sesso opposto.

Le donne invece, almeno nel mondo dello spettacolo, che siano diventate, attraverso la superficie degli abiti o quella corporea (e la stessa produzione di ormoni chimicamente stimolata), uomini, sono – salvo qualche eccezione – o inesistenti o invisibili: una vera e propria diseguaglianza di transgenere.

Le spiegazioni, per ora raccolte da confronti con esperti, ma ovviamente, anche queste da sviluppare, motivano queste forme di discriminazione con la questione della fertilità-maternità, fatto percepito ancora come sociale (e così lo diventa anche il corpo della donna) e se non una vera sanzione alla sua rimozione, non ne consegue un'accettazione collettiva. Su questo sarebbe concorde anche parte della letteratura (Duden 1994).

Il passaggio dai dati raccolti (per ora pochissimi) e la base teorica richiede, come più volte ripetuto per serietà scientifica, ancora ulteriori e notevoli tasselli euristici.

Da parte di studioso dei media, mi sento di poter solamente aggiungere che un ruolo di influenza viene giocato ancora da un sistema mediale governato da maschi, se a guidare Sanremo è ancora Amadeus, che nel 2020, commentò così la scelta di far co-condurre le serate a Francesca Sofia Novello: «Sa stare un passo indietro rispetto a un grande uomo»¹¹.

In questo caso, sicuramente, sarebbe stata meglio una frase solamente con asterisco e *schwa*.

Riferimenti bibliografici

- Ardigò, Achille. 1988. *Per una sociologia oltre il post-moderno*. Milano: FrancoAngeli.
- Berger, Peter L., e Thomas Luckmann. 1966. *La realtà come costruzione sociale*. Bologna: il Mulino.
- Boccia Artieri, Giovanni, Gemini, Laura, Pasquali, Francesco, Carlo, Simone, Farci, Manolo, e Marco Pedroni. 2017. *Fenomenologia dei Social Network. Presenza, relazioni e consumi mediali degli italiani online*. Milano: Guerini Scientifica.
- Calefato, Patrizia. 2016. "La costruzione sociale del corpo e del genere attraverso la moda." In *Media, corpi, sessualità. Dai corpi esibiti al cybersex*, a cura di Saveria Capecci, e Elisabetta Ruspini, 19-36. Milano: FrancoAngeli.

¹¹ In riferimento al fidanzato di lei, Valentino Rossi, pluripremiato motociclista (cfr. *CorriereTV* 2020).

- Calzeroni, Pablo. 2019. *Narcisismo digitale. Critica dell'intelligenza collettiva nell'era del capitalismo della sorveglianza*. Udine-Milano: Mimesi.
- Candela, Giuseppe. 2022. "Vittorio Sgarbi su Michele Bravi: "È tutto femmina e cantava rivolgendosi a una donna". Il cantante risponde: "Giudizio medievale"." *Il fatto quotidiano*, 14 febbraio, 2022. <<https://www.ilfattoquotidiano.it/2022/02/14/vittorio-sgarbi-su-michele-bravi-e-tutto-femmina-e-cantava-rivolgendosi-a-una-donna-il-cantante-risponde-giudizio-medievale/6492699/>> (2022-02-15).
- Colombo, Fausto. 2012. *Il paese leggero. Gli italiani e i media tra contestazione e riflusso (1967-1994)*. Roma-Bari: Laterza.
- Colombo, Fausto. 2013. *Il potere socievole. Storia e critica dei social media*. Milano: Bruno Mondadori.
- CorriereTV 2020. "Amadeus sulla fidanzata di Valentino Rossi: «Sa stare un passo indietro rispetto a un grande uomo»." Video. 16 gennaio, 2020. <<https://video.corriere.it/spettacoli/amadeus-fidanzata-valentino-rossi-sa-stare-passo-indietro-rispetto-un-grande-uomo/7b743bea-387a-11ea-9d38-85b3dab5d683>> (2022-02-15).
- Duden, Barbara. 1994. *Il corpo della donna come luogo pubblico. Sull'abuso del concetto di vita*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Eco, Umberto. 1962. *Opera aperta*. Milano: Bompiani.
- Ferrante, Piero s.d. "SPoT, il primo censimento della popolazione transgender in Italia." *Gruppo Abele* <<https://www.gruppoabele.org/spot-il-primo-censimento-della-popolazione-transgender-in-italia/>> (2022-02-15).
- Fumarola, S. 2022. "Sanremo 2022, i volti diversi della femminilità sul palco dell'Ariston." *La Repubblica*, 11 gennaio, 2022. <www.repubblica.it/dossier/spettacoli/sanremo-2022/2022/01/11/news/sanremo_2022_i_volti_diversi_della_femminilita_sul_palco_dell_ariston-333479624/> (2022-02-15).
- Haggerty, George. 2013. *Encyclopedia of Gay Histories and Cultures*. New York: Routledge.
- Mangini, Enrico. 2001. *Lezioni sul pensiero freudiano e sue iniziali diramazioni*. Milano: LED.
- McDonald, Paul. 2000. *The star system. Hollywood's production of popular identities*. London: Wallflower Press.
- Mills, Wright C. 1962. *L'immaginazione sociologica*. Milano: il Saggiatore.
- Morin, Edgar. 2021. *Le star*. Bologna: Cue Press.
- Nussbaum, Martha C. 2002. *Giustizia sociale e dignità umana. Da individui a persone*. Bologna: il Mulino.
- Passi Tognazzo, Dolores. 2012. *Metodi e tecniche nella diagnosi della personalità. I test proiettivi*. Firenze: Giunti.
- Pellizzari, Giacomina. 2021. "Uniud è inclusiva", è polemica per l'asterisco dell'università di Udine: scoppia un caso nazionale." *Messaggero Veneto*, 20 dicembre 2021. <<https://messengeroveneto.gelocal.it/udine/cronaca/2021/12/19/news/uniud-e-inclusiva-e-polemica-per-l-asterisco-dell-universita-di-udine-scoppia-un-caso-nazionale-1.41048123>> (2022-02-15).

- Pietropolli Charmet, Gustavo. 2018. *L'insostenibile bisogno di ammirazione*. Bari-Roma: Laterza.
- Rheingold, Howard. 2003. *Smart mobs Tecnologie senza fili, la rivoluzione sociale prossima ventura*. Milano: Raffaello Cortina Editore.
- Sandoval-Almazan, Rodrico, and Ramon Gil-Garcia. 2014. "Towards cyberactivism 2.0? Understanding the use of social media and other information technologies for political activism and social movements." *Government Information Quarterly* 31: 365-78.
- Sen, Amartya. 1994. *La diseguaglianza. Un riesame critico*. Bologna: il Mulino.
- Silverstone, Rogers. 2002. *Perché studiare i media?* Bologna: il Mulino.
- Spyit.it. 2022. "Sanremo 2022: ecco quanto guadagnano i cantanti in gara per salire sul palco dell'Ariston." 3 febbraio, 2022. <<https://www.spyit.it/sanremo-2022-ecco-quanto-guadagnano-i-cantanti-in-gara-per-salire-sul-palco-dellariston/>> (2022-02-15).
- Stile.it. 2014. "Bruce Jenner e gli altri atleti che hanno cambiato sesso." 16 dicembre, 2014. <<https://www.stile.it/2014/12/16/bruce-jenner-e-gli-altri-atleti-che-hanno-cambiato-sesso-19248-id-102193/>> (2022-02-15).
- Strizzolo, Nicola, Pocecco, Antonella, e Claudio Melchior. 2019. *La comunicazione eclettica. Le dimensioni comunicative nella web society*. Milano: FrancoAngeli.
- Strizzolo, Nicola. 2013. "Internet, Droghe e Donne." In *Droghe al femminile*, a cura di Costantino Cipolla, 185-207. Milano: FrancoAngeli.
- Strizzolo, Nicola. 2020. *Narcisismo 2.0? Tra cultura, comunicazione e web society*. Fisciano (SA): Gutenberg Edizioni.
- Turkle, Sherry. 1999. *La vita sullo schermo*. Milano: Apogeo.
- Wolf, Mauro. 1992. *Gli effetti sociali dei media*. Milano: Bompiani.