

**DALLA CARENTE COMUNICAZIONE TRA LE GENERAZIONI,
ALLE RICERCHE/SPERIMENTAZIONI DI TURISMO INTERGENERAZIONALE¹**

Antonietta Albanese

Laboratorio Incontri Generazionali –Università degli Studi di Milano
Segretaria Scientifica A.R.I.P.T. Fo.R.P. –Area Nord-

Elena Bocci

Dipartimento dei Processi di Sviluppo e Socializzazione- “Sapienza” Università di Roma
Segretaria Scientifica A.R.I.P.T. Fo.R.P. –Area Centro-

¹ L'elaborazione dell'articolo riflette la distinzione di ruoli tra gli Autori: in qualità di direttore della ricerca/sperimentazione di turismo intergenerazionale, la prof.ssa Antonietta Albanese è responsabile dell'impianto multi-teorico e multi-metodo dell'indagine, avendo sviluppato il tema della interazione e relazione intergenerazionale; la dr.ssa Elena Bocci ha coordinato il lavoro di rete e la raccolta dei dati, ha inoltre svolto l'analisi dei dati con specifico riferimento a quelli inerenti il tema dell'intergenerazionalità. Si ringrazia la dr.ssa Paola Passafaro che ha elaborato i dati sulle dimensioni valoriali e di sensibilità dei partecipanti rispetto alle questioni ambientali, dati in corso di pubblicazione.

DALLA CARENTE COMUNICAZIONE TRA LE GENERAZIONI, ALLE RICERCHE/SPERIMENTAZIONI DI TURISMO INTERGENERAZIONALE

RIASSUNTO

In un momento storico in cui le relazioni tra gruppi generazionali sono spesso inesistenti o superficiali, il Laboratorio Incontri Generazionali propone ricerche/sperimentazioni di turismo intergenerazionale volte ad affrontare il problema sociale della sempre crescente distanza tra le generazioni.

I linguaggi informatici, uno dei principali ostacoli alla comunicazione intergenerazionale, divengono strumento di relazione tra anziani e giovani.

L'analisi dei dati di ricerca evidenzia che attività di laboratorio informatico e fotografia digitale, percorsi storici e naturalistici durante la vacanza favoriscono la conoscenza e la relazione tra persone di diversa generazione, nel superamento di stereotipi e pregiudizi.

Sia durante il laboratorio di informatica che nei momenti di tempo libero, la ricerca evidenzia l'evoluzione dei rapporti tra le generazioni, da una fase iniziale di avvicinamento, verso la conoscenza, per raggiungere momenti di vera e propria empatia.

Le ricerche/sperimentazioni attivano reti istituzionali nel territorio ospitante secondo lo slogan: "Socializzare le generazioni, socializzando le istituzioni".

Parole chiave: Comunicazione intergenerazionale, turismo sostenibile, *action-research*.

FROM THE LACKING COMMUNICATION BETWEEN GENERATIONS, TO A RESEARCH / TESTING OF TOURISM BETWEEN GENERATIONS

ABSTRACT

In a time when generational groups relationships are mostly superficial or non-existent, the Generational Meetings Laboratory is proposing research/experimentations of intergenerational tourism faced on fight against the increasing distance among the generations.

Computer languages, one of the main obstacles to communication between generations, become a tool of the relationship between elderly and young people.

The research data analysis shows that computer's lab tasks and digital photography activities, historic trails and nature trails during the holiday, help the knowledge and the relationship between people of different generation, in overcoming stereotypes and prejudices.

As during laboratory of informatics activities, during leisure as well, the research highlights the intergroup relations evolution that, from an approach phase it evolves towards the acquaintance among the attendants, up to generate moments of real empathy.

The researches/experimentations enable institutional networks in the host territory "To socialize the generations, by socializing the institutions".

Keywords: intergenerational communication, sustainable tourism, *action-research*.

1. Introduzione: la “carente comunicazione tra le generazioni”

Viviamo in una società in cui i giovani sono colpiti da una nuova forma di povertà, “la carente comunicazione intergenerazionale” (A. Albanese e G. Corna Pellegrini, 1999) e gli anziani necessitano di una sorta di “risocializzazione” che compensi la solitudine cittadina a cui spesso sono sottoposti.

Oggi è ancor più evidente questo problema sociale perché la famiglia, in Italia, non è più intergenerazionale; la comunicazione tra le generazioni è spesso debole, ridotta ai soli momenti di festa, di folklore e di recupero della convivialità nella tradizione.

In un momento storico in cui le relazioni tra gruppi generazionali sono spesso inesistenti o superficiali (P. Volonté, C. Lunghi, M. Magatti e E. Mora, 2004; F. Cambi, 2005; V.A. Piccione, 2008), il Laboratorio Incontri Generazionali prosegue ricerche/sperimentazioni di turismo intergenerazionale volte ad affrontare il problema sociale della sempre crescente distanza tra le generazioni².

Il turismo intergenerazionale può essere definito come: “occasione di conoscenza, attraverso un’esperienza turistica, tra partecipanti di diverse generazioni -non legati da vincoli di parentela-” (A. Albanese, 1998; 2001a; 2001b) simpaticamente definiti “Nonni e Nipoti”. Qualora intervengano giovani e/o anziani di culture diverse, si può definire turismo intergenerazionale interculturale (A. Albanese e E. Bocci, 2009; 2011; 2012b).

Caratterizzano le ricerche/sperimentazioni i seguenti aspetti:

- il focus sull’analisi delle dinamiche intergenerazionali;
- le rilevanti implicazioni per le comunità locali di accoglienza;
- il legame con i principi sanciti a livello internazionale (UNWTO, 2007), della “sostenibilità socio-culturale e ambientale”.

Data la complessità degli aspetti caratterizzanti, le ricerche/sperimentazioni richiedono necessariamente l’integrazione di diverse prospettive d’indagine e un approccio multi-metodo nel trattamento dei dati.

2. Approccio multi-teorico e multi-metodo nel trattamento dei dati.

Per quanto attiene alle dinamiche intergenerazionali si fa riferimento ai modelli teorici diversi in psicologia sociale, tra i quali:

- la teoria del Sé (G.H. Mead, 1934; H. Markus, 1977);
- la teoria dell’attribuzione e gli studi sulle dinamiche di relazione intragruppi e intergruppi (H. Tajfel, 1978; 1985);
- la teoria delle rappresentazioni sociali (S. Moscovici, 1961/1976).

Viene inoltre adottato l’approccio scientifico dell’*action-research* di K. Lewin (1968) volto a sottolineare l’importanza della transizione dai modelli teorici, alla progettazione, all’azione, per

² Gli studi, avviati nel nord Italia a partire dal 2000 (Sfruz –Trento-) sono stati attivati nell’Italia Centrale a partire dal 2002, grazie alla collaborazione di Enti pubblici e privati coordinati dall’Associazione di Volontariato Caritas “Emmaus” onlus di Viterbo.

confrontare i risultati ottenuti con i modelli teorici di riferimento.

La Teoria del Sé suggerisce l'esistenza di diverse tipologie del Sé: Sé privato, Sé pubblico, Sé collettivo; in prospettiva temporale suggerisce altresì la presenza del Sé passato, del Sé presente e del Sé futuro.

Nelle ricerche/sperimentazioni di turismo intergenerazionale le tre sequenze temporali sono estese alla società tutta:

- il Sé passato è rappresentato dagli anziani;
- il Sé presente è espresso dai giovani che insegnano le innovazioni tecnologiche;
- il Sé futuro è tracciato dall'incontro-scontro tra le generazioni, nella difficile comunicazione mediata dai nuovi linguaggi informatici.

L'integrazione tra Sé passato e Sé presente fonda un Sé futuro della società, ricco e consolidato.

Gli studi psico-sociali, inoltre, hanno evidenziato come ogni persona tenda a individuare tratti positivi nel proprio gruppo -in-group- e tratti negativi nell'altro gruppo -out-group- (R. Brown, 1997; M. Sherif, 1972; H. Tajfel, 1985).

L'attribuzione stereotipata di rigide caratteristiche a gruppi e persone può generare interazioni non proficue, o ancor più, errori cognitivi e relazionali. Le inferenze relative alle aspettative sociali di comportamento e le attribuzioni hanno sì la funzione di semplificare la complessità della realtà sociale, ma generalizzando le componenti che caratterizzano una categoria, senza considerarne le specificità, le peculiarità dei singoli individui che la compongono si finisce con il creare rigidi stereotipi. Si pensi ad esempio allo stereotipo del "nonno noioso o burbero", o al "nipote maleducato". L'interazione tra i gruppi può favorire, invece, il superamento delle conflittualità e generare cooperazione in ordine ad un obiettivo comune.

In merito alla **Teoria delle rappresentazioni sociali** (Moscovici, 1961) nelle ricerche/sperimentazioni l'attenzione si focalizza su:

- la funzione di "familiarizzazione" con gruppi e ambienti non appartenenti al nucleo familiare;
- al processo di "oggettivazione", volto a tradurre i concetti in immagini;
- la relazione tra le "rappresentazioni" e le "pratiche", evidenziando soprattutto il ruolo giocato dalle pratiche nell'evoluzione delle rappresentazioni (A. Albanese e E. Bocci, 2009).

Per quanto riguarda la **psicologia ambientale della sostenibilità**, viene qui accolta l'urgenza evidenziata da diversi Autori (M. Bonnes e M. Bonaiuto, 2002; M. Bonnes et al., 2006; G. Carrus, M. Bonaiuto e M. Bonnes, 2005; S. Oskamp, 2000a,b) che sollecita la psicologia ad impegnarsi nella risoluzione delle questioni socio-ambientali, mettendo a disposizione teorie e metodologie di studio e a favore di progetti di sviluppo sostenibile: sostenibilità socio-culturale oltre che strettamente ambientale.

La metodologia prevede la raccolta dei dati di ricerca sul campo relativamente agli aspetti cognitivi e relazionali, per la verifica dell'andamento delle dinamiche sia di gruppo che di coppia. In particolare si procede alle analisi:

- della comunicazione verbale e non verbale tra i partecipanti, sia a livello di coppia che di piccolo gruppo;
- delle dinamiche di relazione intergenerazionale;
- delle azioni rivolte alla sostenibilità socio-culturale e ambientale proposte dai partecipanti.

Il linguaggio multi-mediale, che in genere costituisce una delle maggiori cause del gap tra le diverse culture/generazioni, offre nella fattispecie il punto di partenza per la conoscenza e lo scambio tra i partecipanti.

Le tecniche di raccolta dati sono quelle tipiche della psicologia sociale: interviste, questionari, focus group, osservazioni degli aspetti cognitivi e relazionali nelle singole coppie ("nonno"- "nipote") e nei gruppi.

Nell'ambito delle ricerche promosse dal Laboratorio Incontri Generazionali (1998) su *Linguaggi informatici e comunicazione intergenerazionale*, in questo elaborato si selezioneranno alcuni risultati relativi alle ricerche/sperimentazioni che vedono coinvolti i "Nonni e Nipoti" dell'Italia Centrale nel periodo 2010-2013. Si farà riferimento, in particolare, ai seguenti percorsi turistici tematici:

- Viterbo: VIII Edizione della Ricerca/sperimentazione “Nonni e Nipoti alla scoperta dei borghi medioevali” (04/09/2010 - 12/09/2010);
- Viterbo: IX Edizione della Ricerca/sperimentazione “Nonni e Nipoti sulle tracce dei briganti della Maremma” (27/08/2011 – 17/12/2011);
- Viterbo: X Edizione della Ricerca/sperimentazione “Nonni e Nipoti tra cultura e tradizione”. Circuito del lago di Bolsena (06/07/2012 – 02/02/2013);
- Viterbo-Sfuz (Tn): XI Edizione della Ricerca/Sperimentazione “Nonni e Nipoti a spasso nella storia: tra il 1870 e il 1970” (20/04/2013 - 30/12/2013).

2.1 I partecipanti alle ricerche/sperimentazioni

I partecipanti alle ricerche/sperimentazioni sono giovani e anziani, non legati da vincoli di parentela, che hanno svolto un percorso turistico intergenerazionale a Viterbo nel periodo 2010-2012 o a Viterbo-Sfuz (Tn) nel 2013.

Durante gli itinerari i partecipanti scattano le foto con la macchina fotografica digitale e le rielaborano in laboratorio informatico, distribuendosi in coppie nonno-nipote.

Confermando le motivazioni di carattere intellettuale rilevate da J. L. Crompton (1979), G. Dall'Ara (1990), C. Ryan e I. Glendon (1998), i giovani partecipanti mettono in rilievo soprattutto il desiderio di conoscenza/apprendimento; questo dato è anche in linea con le ricerche di E. G. Clary et al. (1996) relative all'opportunità di acquisizione di nuove abilità e conoscenze informatiche e ambientali da parte dei giovani.

Negli anziani si rileva invece maggiormente la spinta motivazionale ad incontrare i ragazzi per lo sviluppo delle relazioni sociali (P.L. Pearce, 1993); risultano attratti, come una parte dei giovani, dall'opportunità di ripetere l'esperienza per incontrare nuovi partecipanti, creare sinergie nel territorio locale e condividere innovative progettualità intergenerazionali e di sostenibilità. Sembrerebbero dunque pronunciate le motivazioni turistiche di carattere sociale e di volontariato inteso come forma di azione pro-sociale, impegno attivo e partecipe con ricadute sulle comunità ospitanti.

3. I principali risultati attesi

L'incontro tra i partecipanti avviene in contesto di vacanza ed è basato su alcuni elementi principali:

- *l'intergenerazionalità;*
- *l'apprendimento degli strumenti informatici;*
- *l'educazione ambientale e la valorizzazione del territorio;*
- *la sinergia con le comunità locali di accoglienza.*

Questi elementi costituiscono il focus del programma.

Attraverso la scoperta di paesaggi e tradizioni, il soggiorno alle terme e la rielaborazione grafica delle foto al computer sono attesi:

1. il superamento delle errate attribuzioni tra le generazioni, indagato con le libere associazioni incluse nell'intervista (per i nonni) e nel questionario (per i nipoti) di inizio e fine vacanza;
2. l'evoluzione della comunicazione e delle relazioni tra le generazioni, studiata mediante le osservazioni delle attività di laboratorio informatico e il focus group e favorita dalle principali condizioni ritenute in grado di sviluppare gli effetti positivi dell'incontro o contatto intergruppi (G. Allport, 1954; M. Brewer e N. Miller, 1984).

3. azioni volte alla sostenibilità socio-culturale e ambientale, monitorate attraverso il focus group.

Si darà conto qui di seguito dei principali risultati ottenuti, dopo una breve sintesi del piano delle ricerche/sperimentazioni.

Tabella I: Il piano delle ricerche/sperimentazioni

QUADRO TEORICO DI RIFERIMENTO	LE RICERCHE/SPERIMENTAZIONI			
	OBIETTIVI	IPOTESI	METODOLOGIA	PRINCIPALI RISULTATI
<p>Modelli teorici di psicologia sociale applicata che hanno fondato gli studi intergenerazionali: -la Teoria dell'attribuzione e gli studi sulle relazioni intergruppo e intragruppo (R. Brown, 1989; H. Tajfel, 1981; M. Sherif, 1936; F. Heider, 1958); - la Teoria del Sé (G.H. Mead, 1934); -la Teoria delle rappresentazioni sociali (S. Moscovici, 1961/1976).</p>	<p>1. Il superamento delle attribuzioni stereotipate tra le generazioni. 2. L'evoluzione della comunicazione e delle relazioni intergenerazionali. 3. Azioni volte alla sostenibilità socio-culturale e ambientale.</p>	<p>Le attività in termini di incontro o contatto intergruppi previste dal programma giocano un ruolo nel superamento delle errate attribuzioni tra le generazioni e nella evoluzione della comunicazione e dei rapporti tra i partecipanti che si svilupperebbe secondo il modello:</p> <ul style="list-style-type: none"> • avvicinamento • conoscenza • empatia • creatività generativa di gruppo. 	<p>Tecniche di raccolta dati predisposte ad hoc dal Laboratorio Incontri Generazionali: -questionari e interviste all'inizio e alla fine del progetto; -osservazioni sul campo delle dinamiche di relazione cognitiva ed empatica tra nonni e nipoti nel tempo libero e durante le attività di laboratorio informatico; -focus group tra le generazioni al termine dell'esperienza.</p> <p>Strategie di analisi dei dati: analisi del contenuto.</p>	<p>Nel confronto tra i dati raccolti all'inizio e al termine delle ricerche/sperimentazioni: attribuzioni negative, registrate mediante i questionari e le interviste, evocate dai nonni riguardo ai nonni si sono ridotte del 30%-40%; mentre quelle evocate dai nonni riguardo ai nipoti si sono ridotte in percentuale molto superiore (fino al 100% nell'edizione 20). Le attribuzioni positive sono risultate sostanzialmente invariate.</p> <p>Verificando l'ipotesi di partenza, tramite le osservazioni sul campo e in laboratorio informatico, è stato riscontrato un incremento degli elementi empatici nelle relazioni intergruppo, intragruppo e della coppia nonno-nipote. Sono state considerate tre nell'evoluzione del rapporto: "avvicinamento", "conoscenza" ed "empatia", ove elementi empatici mostrano un trend progressivamente crescente.</p> <p>Durante l'insegnamento del funzionamento della macchina fotografica digitale e le lezioni di laboratorio informatico, i nipoti, "vestendo i panni" degli insegnanti, tendono a semplificare i concetti e inventare un linguaggio ricco di metafore, volto a tradurre concetti in immagini; mediante i processi di ancoraggio a categorie pre-esistenti e oggettivazione i ragazzi favoriscono l'avvicinamento dei nonni alle nuove tecnologie invece durante le attività programmate nel tempo libero che i nonni, in riferimento ad avvenimenti che hanno caratterizzato il territorio locale, tendono a rielaborare i contenuti a carattere storico, secondo le teorie ingenuie del senso comune, arricchendoli di elementi leggendari che favoriscono l'accesso dei ragazzi ad un ambiente spesso sconosciuto.</p> <p>Rispetto alla Teoria delle rappresentazioni sociali, dunque, sia i nonni che i nipoti in momenti diversi risultano impegnati a favorire la familiarizzazione con aspetti reali e virtuali del mondo che possono risultare spesso ignoti.</p> <p>Il focus group evidenzia l'importanza degli aspetti affettivo-relazionali che si attestano almeno sul 50%, enfatizzando l'attenzione posta sul divertimento, sulle emozioni familiari e sul senso di famiglia che hanno reso "belle" le diverse edizioni e determinato il desiderio di ripeterle nel futuro. Il focus group testimonia dunque l'integrazione tra il Sé presente e il Sé passato dei nonni, per un Sé futuro della società più ricco e consolidato.</p> <p>Al termine dell'esperienza il gruppo dei Nonni e Nipoti si apre alla comunità ospitando e maturando una "creatività generativa di gruppo" per una progettazione che va nella direzione della sostenibilità socio-culturale (volta al recupero della memoria e della cultura locale, attraverso forme artistiche come quella del teatro) e ambientale (piantumazione di boschi urbani).</p>

4. Il superamento delle errate attribuzioni tra le generazioni

A fronte di una sostanziale stabilità nell'evocazione di attribuzioni positive da parte dei giovani e degli anziani all'inizio e al termine delle ricerche/sperimentazioni, le attribuzioni stereotipiche aventi connotazione negativa, nelle quattro annualità si riducono al termine del progetto.

In particolare, le attribuzioni negative espresse dai ragazzi nei confronti dei nonni nelle quattro edizioni si riducono -al termine delle ricerche/sperimentazioni- di una misura compresa tra il 30 ed il 40%; ancor più consistente è la riduzione di tali attribuzioni stereotipiche nell'immagine che i nonni hanno maturato rispetto ai nipoti. La percentuale di riduzione di tali attribuzioni negative nelle ultime tre edizioni supera il 50%, raggiungendo il 100% nell'ultima annualità, con un cambiamento radicale nella componente valutativa della rappresentazione sociale degli anziani, come risulta dalla tabella sottostante.

ANNUALITA'	ATTRIBUZIONI NEGATIVE NIPOTI VERSUS NONNI	ATTRIBUZIONI NEGATIVE NONNI VERSUS NIPOTI
2010	-30%	-30%
2011	-40%	-80%
2012	-35%	-70%
2013	-40%	-100%

Tabella II: la riduzione delle attribuzioni negative "nipoti versus nonni" e "nonni versus nipoti" nelle edizioni 2010-2013.

5. L'evoluzione delle relazioni intergenerazionali

Due sono le tecniche di raccolta dei dati che permettono di rilevare l'evoluzione delle relazioni intergenerazionali: le osservazioni compiute dai ricercatori sul campo durante le attività di laboratorio informatico/tempo libero e il focus group finale.

Le osservazioni registrate durante le attività di laboratorio informatico/tempo libero permettono di modellizzare l'evoluzione delle relazioni tra i partecipanti secondo tre fasi:

- a."avvicinamento";
- b."conoscenza";
- c."empatia".

Sarà invece il focus group finale a evidenziare una quarta fase definita "creatività generativa di gruppo".

Le osservazioni delle attività di laboratorio informatico/tempo libero.

Le coppie nonno/nipote al computer hanno instaurato dapprima una relazione prevalentemente di tipo cognitivo, orientata al compito, con rigida assunzione di ruoli che ha lasciato poco spazio

allo scambio creativo ed empatico.

Gradualmente, è avvenuto l'avvicinamento nella coppia, favorito dalla nuova immagine di sé nel processo di apprendimento delle nuove tecnologie da parte dei nonni; ciò ha portato a percepire i nipoti non più come out-group, ma come partner attivi dell'interazione, con i quali intraprendere una comunicazione più dinamica e profonda.

Durante la spiegazione inerente il funzionamento della macchina fotografica digitale e le lezioni di laboratorio informatico, i nipoti, vestendo i panni degli insegnanti, hanno cercato di semplificare i contenuti, inventando un linguaggio ricco di figure, volto a tradurre i concetti in immagini. Si pensi per esempio alle metafore utilizzate da un nipote del nord Italia durante la lezione a un nonno dell'Italia centrale nell'edizione 2013: il ragazzo ha definito le cartelle principali presenti nel computer come "alberi genealogici" o "radici" per descrivere la loro funzione di contenere/organizzare sotto-cartelle e il nonno ha risposto: "ho capito!"

Mediante i processi di ancoraggio a categorie pre-esistenti e di oggettivazione, i ragazzi hanno favorito l'avvicinamento dei nonni alle nuove tecnologie.

Progressivamente, grazie all'insegnamento delle nuove tecnologie da parte dei nipoti e all'apprendimento da parte dei nonni, si è raggiunto un livello di conoscenza omogeneo degli strumenti multimediali tra le parti; ciò ha consentito una modalità empatica di interazione nella coppia.

A titolo esemplificativo, relativamente ai dati raccolti nella prima annualità, si presenta un grafico che mostra il progressivo andamento decrescente degli elementi relativi alla sfera cognitiva, a favore di un incremento degli aspetti empatici. Nel grafico è possibile apprezzare la forbice che nella terza fase evidenzia l'inversione delle frequenze %, in base alla quale le dinamiche di relazione empatica prevalgono nettamente sulle dinamiche di relazione cognitiva.

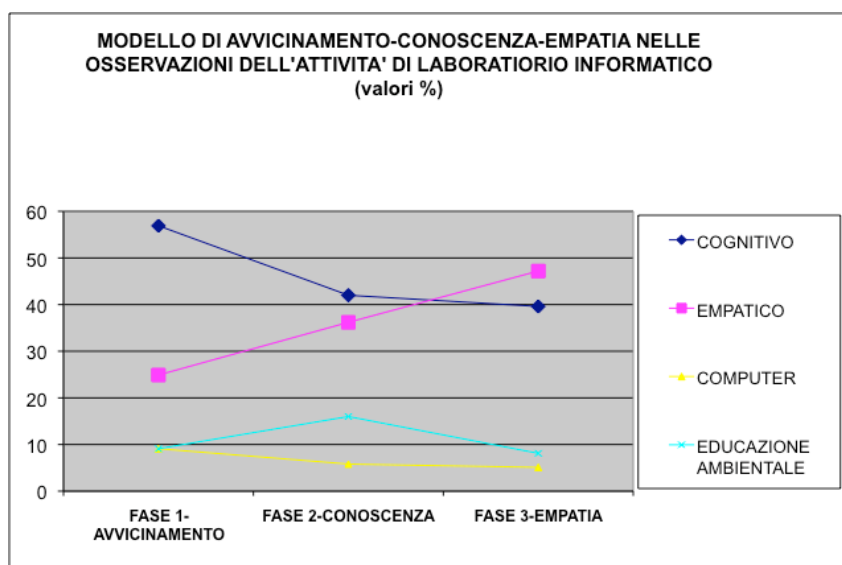


Grafico 1. Anno 2010. Evoluzione delle relazioni registrata durante l'attività di laboratorio informatico.

Nell'immagine successiva, oltre alle relazioni tra i partecipanti durante le attività di laboratorio informatico, in merito alla comunicazione intergenerazionale è possibile osservare un piccolo messaggio: uno dei nipoti partecipanti all'edizione 2011 utilizza la metafora del computer per esprimere i suoi sentimenti "per me è una tastiera infinita, come i momenti che vorrei passare con te! Ti voglio bene!"

L'EVOLUZIONE DELLE RELAZIONI INTERGENERAZIONALI: OSSERVAZIONI DELLE ATTIVITA' DI LABORATORIO INFORMATICO (annualità 2010-2013)



Figura 1. L'evoluzione delle relazioni intergenerazionali durante le attività di laboratorio informatico.

E' possibile rilevare lo stesso modello di evoluzione delle relazioni tra i partecipanti anche attraverso le osservazioni delle attività del tempo libero, nei momenti iniziali delle presentazioni, distribuzione e prima sperimentazione dei gadget tecnologici della manifestazione, prime foto di gruppo (avvicinamento); si passa poi attraverso momenti salienti del turismo intergenerazionale come la giornata alle Terme, caratterizzata da relazioni più fluide, libere da stereotipi (conoscenza) e si giunge infine alle giornate conclusive delle ricerche/sperimentazioni dove si registrano momenti di vera e propria empatia testimoniati da gesti, parole, messaggi di stima e di affetto. E' durante le attività programmate nel tempo libero che i nonni, in riferimento agli avvenimenti che hanno caratterizzato il territorio, tendono a rielaborare i contenuti della storia locale, secondo le teorie ingenuie del senso comune, arricchendoli di elementi leggendari che favoriscono l'accesso dei ragazzi ad un ambiente spesso sconosciuto (familiarizzazione).

**L'EVOLUZIONE DELLE RELAZIONI INTERGENERAZIONALI:
OSSERVAZIONI DELLE ATTIVITA' SVOLTE
NEL TEMPO LIBERO (annualità 2010-2013)**



Figura 2. L'evoluzione delle relazioni intergenerazionali durante le attività del tempo libero.

Il focus group finale.

Determinante nel cogliere l'andamento della evoluzione della comunicazione e delle relazioni tra i partecipanti è il focus group finale, che costituisce l'occasione in cui, anno dopo anno, i partecipanti traggono un bilancio conclusivo dell'attività svolta.

Annualità 2010	Annualità 2011	Annualità 2012	Annualità 2013
Per il focus group del 2010 la scelta della location è ricaduta sulla Sala del Consiglio del Comune di Tuscania, a simboleggiare la sinergia nell'interazione con i diversi Comuni che hanno accolto le ricerche\esperimentazioni secondo lo slogan: "socializzare le generazioni, socializzando le Istituzioni" (Albanese e Bocci, 2009).	Il focus group relativo all'annualità 2011 è stato ambientato nella Valle del Timone, a contatto con la natura, nei luoghi che hanno costituito ben più che lo sfondo della ricerca, avendo questa un focus sulla sostenibilità socio-culturale e ambientale.	Nel 2012 il focus group si è tenuto nella Sala Parrocchiale di Nostra Signora di Lourdes a Tuscania (Vt) che ha ospitato sia le attività di laboratorio informatico che i gruppi di lavoro, compreso quello finale.	Nel 2013 il focus group è stato svolto presso la Sala Comunale Polivalente di Sfruz (Tn), al termine dello spettacolo teatrale: "Nonni e Nipoti: Tiburzi dietro la leggenda" offerto dal gruppo di Viterbo.

Tabella III. I contesti di attuazione dei focus group nelle edizioni 2010-2013.

I diversi focus group hanno evidenziato 20 temi chiave, riconducibili a tre macro-aree tematiche:

- "affettivo-relazionale" rispetto alla "relazione intergenerazionale" di coppia e di gruppo, analizzata attraverso l'uso dei termini come: "coesione", "gruppo", "divertimento" ecc;
- "attenzione ai luoghi visitati" e al "contatto con la natura";
- "cognitiva" rispetto "ricerca/sperimentazione" analizzata attraverso l'utilizzo di termini come: "apprezzamento dell'esperienza", "ricredersi in positivo rispetto alle aspettative iniziali", "ringraziamenti per l'organizzazione dell'evento" ecc.

Globalmente, si registra una prevalenza della dimensione "affettivo-relazionale", che nelle diverse esperienze si attesta almeno sul 50%, mentre il rimanente è suddiviso tra la dimensione "cognitiva" e il "contatto con la natura". Analizzando le quattro edizioni, è in quella del 2012 che l'attenzione alla componente intergenerazionale sfiora appena il 50%, in quanto viene valorizzata l'attenzione all'ambiente, ricordando la realizzazione di due boschi urbani dedicati ai "Nonni e Nipoti". Nelle altre annualità (2010, 2011, 2013) i contenuti sul tema dell'intergenerazionalità superano il 50%, mentre le tematiche ambientali si attestano su percentuali molto basse ed i valori relativi all'interesse per le ricerche/sperimentazioni sono progressivamente crescenti, a testimonianza della soddisfazione per l'esperienza vissuta.

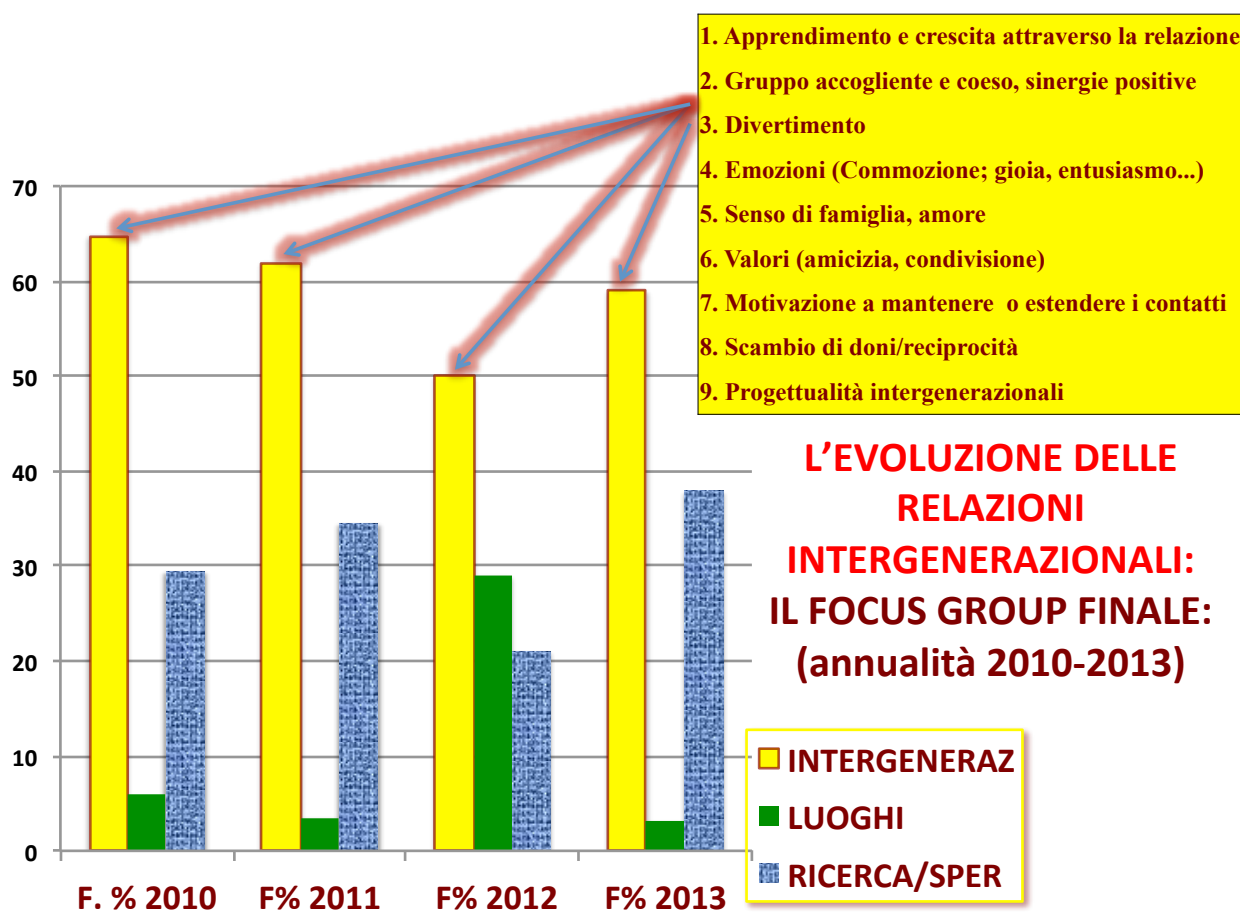


Grafico 2. I principali contenuti del focus group finale.

Si nota immediatamente nelle diverse edizioni la “coesione di gruppo” che raggiunge le percentuali più alte nella prima e nell’ultima edizione, determinando la macro-area tematica della “intergenerazionalità”; i nonni prendono la parola e raccontano le emozioni provate durante la settimana (commozione, gioia, entusiasmo...), rievocando qualche episodio e lasciandosi interrompere dai nipoti che commentano simpaticamente le loro parole e gli eventi in questione.

I temi più discussi da parte degli anziani riguardano l’opportunità di essere in mezzo ai giovani e alla natura, riempiendo buona parte della giornata, facendoli sentire meno soli e “invisibili”. L’apprendimento nell’uso della macchina digitale o del computer, infatti, non è fine a sé stesso, ma si inserisce in un quadro di crescita attraverso la relazione.

La relazione diventa reciprocità, testimoniata da scambi di piccoli doni e messaggi affettuosi (comunicazione empatica).

Un piccolo nucleo di nonni che ha partecipato anche a precedenti edizioni del progetto, durante il focus group dell’annualità 2010 spiega come “l’essere abbinati a un nipote diverso ogni anno crei una situazione completamente nuova rispetto alle precedenti”. Molti sottolineano come il sentirsi parte di un gruppo che comprenda giovani adolescenti aiuti a ritrovare dinamismo, giovinezza e voglia di fare.

I ragazzi, dal canto loro, parlano della settimana trascorsa, evocando i momenti di “divertimento” e le conoscenze fatte rispetto a borghi e ambienti naturali prima sconosciuti. Anche tra i nipoti c’è una piccola parte già presente in precedenti edizioni, e anche secondo loro:

“l’esperienza più significativa consiste nello stare insieme agli altri, socializzare in senso ampio, non solo con i coetanei”.

Sottogruppi di partecipanti, perlopiù pensionati, con la loro presenza stabile offrono continuità al gruppo (R. Brown, 1997; M. Sherif, 1972; H. Tajfel, 1985), divenendo interlocutori privilegiati dell’*équipe* di ricerca e dello staff logistico, contribuendo nelle fasi di progettazione e verifica sia della sperimentazione intergenerazionale, che di altri numerosi eventi e progetti correlati volti a coinvolgere attivamente anche le comunità ospitanti. Integrando l’identikit motivazionale di questi “nonni” partecipanti alle ricerche con altre caratteristiche collezionate attraverso strumenti diversi -guidati da specifiche ipotesi- rileviamo: un titolo di studio piuttosto elevato; un’età non molto avanzata; l’impegno in Enti in rete tra di loro come la Caritas, le Acli, le Pro Loco e i Centri Sociali Anziani; l’interesse per la storia e la cultura locale; una discreta competenza geografica; una buona propensione all’utilizzo delle nuove tecnologie (uso della macchina fotografica digitale, del computer e di Internet fino anche alla realizzazione del sito web www.nonnienipotiviterbo.com).

Alla fine della vacanza, in tutte le edizioni, avviene lo scambio di numeri di telefono e contatti e-mail, rivelando la motivazione a mantenere/estendere i rapporti.

I partecipanti utilizzano la metafora della “famiglia” che si viene a creare, un “noi” che si forma grazie alla “evoluzione” della comunicazione intergenerazionale e dei rapporti, fondendo e legando indissolubilmente quelli che erano l’in-group e l’out-group; inizialmente divisi da caratteristiche socio-anagrafiche, al termine delle ricerche/sperimentazioni i partecipanti sono uniti da stima che si è trasformata in affetto e in taluni casi addirittura in empatia.

I contenuti del focus group sono dunque concentrati soprattutto sulle emozioni forti, sul senso di famiglia che si equipara a quella di sangue, sul divertimento, che rendono “bella” l’esperienza, determinando il desiderio di ripeterla nel futuro.

E’ in questo clima ricco e coeso che si propone una quarta fase dell’evoluzione delle relazioni intergenerazionali, quella che abbiamo definito “creatività generativa di gruppo” che costituisce l’ultimo passo nell’evoluzione della comunicazione e delle relazioni tra i partecipanti e si esprime attraverso il linguaggio verbale, con proposte che orientano il ruolo dei Nonni e Nipoti da partecipanti a organizzatori. Le proposte possono riguardare ambiti diversi: da quella ludica: l’organizzazione di un “pizza party” al termine della vacanza 2011/2012; l’educazione ambientale che ha condotto alla realizzazione dei boschi urbani; l’impegno sociale, sia sul versante intergenerazionale che interculturale.

MACRO-AREE TEMATICHE	PRINCIPALI CONTENUTI	F.% 2010	F.% 2011	F.% 2012	F.% 2013
INTERGENE-RAZIONALITA’	1. Apprendimento e crescita attraverso la relazione	5,88	2,65	1,00	2,11
	2. Gruppo accogliente e coeso, sinergie positive	23,53	10,62	9,00	20,00
	3. Divertimento insieme	5,88	5,31	15,00	4,21
	4. Emozioni forti (commozione; gioia, entusiasmo...)	11,76	12,39	1,00	6,32
	5. Senso di famiglia, amore	0,00	7,08	9,00	1,05
	6. Valori (amicizia, condivisione...)	5,88	4,42	5,00	3,16

	7. Motivazione a mantenere o estendere i contatti	5,88	6,19	2,00	3,1
	8. Scambio di doni/reciprocità	5,88	7,08	3,00	9,4
	9. Progettualità intergenerazionali future (rappresentazioni teatrali...)	0,00	6,19	5,00	9,4
ATTENZIONE AI LUOGHI	10. Contatto con la natura (boschi/terme...)	5,88	0,00	3,00	2,1
	11. Piacevolezza dei borghi	0,00	1,77	11,00	0,0
	12. Sinergia col territorio	0,00	0,88	5,00	0,0
	13. Educazione ambientale	0,00	0,00	10,00	0,0
	14. Aspetti storici	0,00	0,88	0,00	1,0
RICERCA/SPE- RIMENTAZIONE	15. Ricredersi rispetto alle aspettative iniziali –in senso positivo-	5,88	1,77	0,00	6,3
	16. Bellezza, soddisfazione dell'esperienza	0,00	10,62	9,00	9,4
	17. Motivazione a rifare l'esperienza	5,88	10,62	2,00	9,4
	18. Esperienza migliore (rispetto alle annualità precedenti)	17,65	3,54	2,00	1,0
	19. Esperienza innovativa	0,00	0,00	2,00	2,1
	20. Ringraziamenti per l'organizzazione	0,00	7,96	6,00	9,4
	Totale	100,00	100,00	100,00	100,0

Tabella IV. Principali contenuti evocati nei focus group 2010-2013.

6. La sostenibilità socio-culturale e ambientale

Al termine dei percorsi di turismo intergenerazionale, quando si è ormai maturata l'identità del gruppo "Nonni e Nipoti" prende forma una "creatività generativa di gruppo" grazie alla sinergia tra le diverse generazioni.

I partecipanti s'impegnano attivamente in consistenti iniziative volte alla sostenibilità socio-culturale e ambientale.

Ricordiamo come esempi di memoria storica e di approfondimento di eventi:

- lo spettacolo teatrale: "Per non dimenticare...Tuscania, 6 febbraio 1971" -regia di Stefano Ciccioli- nell'annualità 2010;
- la rievocazione storica del processo al brigante Damiano Menichetti di Toscanella e la partecipazione alle riprese del docu-film su David Lazzaretti "Il Cristo della montagna" -regia di Nicola Ragone- nell'annualità 2011;

- gli spettacoli teatrali “Nonni e Nipoti: Tiburzi dietro la leggenda” -testi di Filippo Ottoni e regia di Romualdo Luzi- e “Natale a casa nostra” –testi e regia di Romualdo Luzi- nelle annualità 2012 e 2013.

Quali esempi di sostenibilità ambientale ricordiamo la piantumazione di due boschi urbani nell’annualità 2012.



Figura 3. Relazione tra intergenerazionalità e sostenibilità socio-culturale e ambientale.

7. Conclusioni

L’approccio multi-teorico/multi-metodo utilizzato nelle ricerche/sperimentazioni di turismo intergenerazionale evidenzia la stretta relazione tra l’intergenerazionalità e la sostenibilità.

L’intergenerazionalità ha avuto come elementi chiave:

- la riduzione/abbattimento delle attribuzioni negative tra i gruppi generazionali diversi;
- l’evoluzione delle relazioni intergenerazionali secondo le fasi di “avvicinamento”, “conoscenza”, “empatia” e “creatività generativa”;

- Parricchimento della comunicazione intergenerazionale, anche attraverso l'utilizzo di metafore volte a tradurre i concetti in immagini;
- l'integrazione tra il Sé presente dei ragazzi e il Sé passato dei nonni, per un Sé futuro della società più ricco e consolidato.

La sostenibilità ha trovato riscontro in numerose iniziative a carattere socio-culturale e ambientale.

I dati di ricerca ci permettono dunque di affermare che, le ricerche/sperimentazioni di turismo intergenerazionale “Nonni e Nipoti”, se da un lato beneficiano delle full immersion in contesti naturali (terme, orto botanico, bosco, parco ecc), allo stesso tempo possono contribuire al miglioramento della qualità complessiva dell'ambiente fisico e psico-sociale ove vengono attivate, contribuendo, come auspicato da A. Albanese già negli anni '90, alla transizione “dalla società del ben-essere, al ben-essere della società”.

I risultati delle ricerche/sperimentazioni attivate nell'Italia Centrale nel periodo 2010/2013 evidenziano dunque la stretta relazione tra intergenerazionalità e sostenibilità, contribuendo a: “mantenere e migliorare, dove necessario, la qualità complessiva dell'ambiente e del patrimonio naturale e culturale delle località di destinazione” (Vereczi, 2002:49).

BIBLIOGRAFIA

- Abrieu, J.C. (1994). *Pratiques sociale et représentation*. Paris: P.U.F.
- Abrieu, J.C. (2003). *Méthodes d'étude des représentations sociales*. Ramonville Saint-Agne: Érès.
- Albanese, A. (1998). Prospettive e progettualità per gli anziani come strumenti di salvaguardia psicosociale. In *I nuovi anziani e la città: scenari, prospettive e risorse*. Atti del Convegno AIM-AGER. Milano: AIM.
- Albanese, A. (2001a). *Nonni@online*. Milano: Cuem.
- Albanese, A. (2001b). *Turismo intergenerazionale: aspetti psicosociali*. Roma, Consorzio Nettuno, video registrazioni n° 15 e 16 del corso “Psicologia del Turismo” trasmesse dal febbraio del 2001, RAI 2 e RAI SAT2.
- Albanese, A. & Bocci, E. (2009). *Turismo intergenerazionale e educazione ambientale tra ricerca e sperimentazione*. Atti del XIII Congresso del Comitato Scientifico Nazionale “Psicologia e Turismo” - IV Congresso Nazionale A.R.I.P.T. Turismo e Psicologia. *Rivista Interdisciplinare di Studi e Ricerche e Formazione*, 2, 117-155. Padova: Padova University Press. ISBN: 978-88-903541-9-9. (www.turismoepsicologia.it/volumi/pubblicazione-2009/ii-sessione/turismo-intergenerazionale-ed-educazione-ambientale-tra-ricerca-e-sperimentazione/).
- Albanese, A. & Bocci, E. (2011). *Ricerche e sperimentazioni intergenerazionali e interculturali per un turismo sociale di qualità*. Atti del XIV Congresso del Comitato Scientifico Nazionale “Psicologia e Turismo” – V Congresso Nazionale A.R.I.P.T. Turismo e Psicologia. *Rivista Interdisciplinare di Studi e Ricerche e Formazione*, 1. 15. (www.turismoepsicologia.it/volumi/pubblicazione-2011%2015-ottobre/sessione-psico-sociale-e-culturale).
- Albanese, A. & Bocci, E. (2012a). *Il futuro manager del turismo intergenerazionale: aspetti psico-sociali*. Atti della Giornata di studi su “Turismo e psicologia. Dalla ricerca alla formazione per un'offerta di qualità”. *Turismo e Psicologia. Rivista Interdisciplinare di Studi e Ricerche e Formazione*, 1. pp 183-187. (www.turismoepsicologia.it/volumi/pubblicazione-

- 2012/contributi/il-futuro-manager-del-turismo-intergenerazionale-aspetti-psico-sociali.-pp.-183-187/).
- Albanese, A. & Bocci, E. (2012b). Ecoturismo e comunicazione intergenerazionale interculturale. *Altre modernità*, 0, 12-31. ISSN : 2035-7680. (<http://riviste.unimi.it/index.php/AMonline/article/view/1972/2222>).
- Albanese, A., Bocci, E. & Conigliaro, R. (2010). Il termalismo dalla mitologia alla scienza psico-sociale. *La clinica termale. Rassegna trimestrale di idrologia e climatologia medica*. 57 (1-2): 31-43.
- Albanese, A. & Corna Pellegrini, G. (1999). Turismo di gruppo e formazione degli operatori. In *Atti del VII Convegno Nazionale del Comitato Scientifico nazionale interdisciplinare Psicologia e Turismo*. Milano: Cuem.
- Albanese, A. & Pozzi, S. (2003). Turismo intergenerazionale: memoria, identità, scoperta reciproca. In C. Serino (Ed.). *Il Mediterraneo, luogo di viaggi e incontro tra culture: identità, memoria, scoperta reciproca*. Bari: Laterza.
- Albanese, A., Pozzi, S. & Bocci, E. (2005). Nuovi turismi-nuovi turisti: il turismo intergenerazionale. *Esperienza-ricerca del laboratorio incontri generazionali sul territorio nazionale*. In G. Sangiorgi (Ed.). *Turista e turismi. Contributi psicologici allo sviluppo del settore*. (pp. 147-158). Cagliari: Cucc.
- Allport, G. (1954) *The Nature of Prejudice*. Cambridge: Addison-Wesley Publishing Co.
- Bardulla, E. (1998). *Pedagogia ambiente società sostenibile*. Roma: Anicia.
- Bonardi C. & Roussiau, N. (1999). *Les Représentations Sociales*. Paris: Dunod.
- Bonnes, M. & Bonaiuto, M. (2002). Environmental psychology: from spatial-physical environment to sustainable development. In R. Bechtel & A. Churchman (Eds.). *Handbook of environmental psychology*. New York: Wiley.
- Bonnes, M., Carrus, G. & Passafaro, P. (2006). *Psicologia ambientale, sostenibilità e comportamenti ecologici*. Roma: Carocci.
- Brewer, M.B., Dull, V. & Lui, L. (1981). Perceptions of the elderly. Stereotypes as prototypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, 656-670.
- Brewer, M. & Miller, N. (1984). Beyond the Contact Hypothesis: Theoretical perspectives on desegregation. In N. Miller & M. Brewer (Eds.). *Groups in Contact: the Psychology of Desegregation*. New York: Academic Press.
- Brown, R. (1989). *Group Processes. Dynamics within and between Groups*. Oxford: Basil Blackwell. (Trad. it. *Psicologia sociale dei gruppi*. Bologna: Il Mulino, 1997).
- Buchanan, C.M. & Holmbeck, G.N. (1998). Measuring beliefs about adolescent personality and behavior. *Journal of Youth and Adolescence*, 27, 607-627.
- Burgalassi, S. (1985). *L'anziano: come, perché: Considerazioni sociologiche sulla condizione anziana*. Pisa: Giardini.
- Cambi, F. (2005). *Le pedagogie del novecento*. Bari: Editori Laterza.
- Carrus, G., Bonaiuto, M. & Bonnes, M. (2005). Environmental concern, regional identity, and support for protected areas in Italy. *Environment and Behavior*, 37, 237-257.
- Cesa-Bianchi, M. (1994). Caratteristiche psicologiche dell'invecchiamento: aspetti positivi. In L. Valente Torre & S. Casalegno (Eds.). *Invecchiare creativamente ... per non invecchiare* Atti del Convegno, 18 novembre 1994. Torino.
- Cesa-Bianchi, M., Pravettoni, G. & Cesa-Bianchi, G. (1997). L'invecchiamento psichico: il contributo di un quarantennio di ricerca, *Giornale di Gerontologia*, Vol. 45, 5: 311-321.
- Cesa-Bianchi, M. (1998). *Giovani per sempre? L'arte di invecchiare*. Roma: Laterza.
- Cesa-Bianchi, M. (2002). Comunicazione, creatività, invecchiamento, *Ricerche di psicologia*, n. 3, vol. 25, 175-188.
- Cini, F., Leone, L. & Passafaro, P. (2012). Promoting Ecotourism Among Young People: A Segmentation Strategy. *Environment & Behavior*, 44, 87-106.
- Clary, E.G., Ridge, D.R., Stukas, A.A., Snyder, M., Copeland, J., Haugen, J. e Miene, P. (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, n.74 (6), 1516-1530.

- Crompton, J. L. (1979). Motivation for Pleasure Vacation, *Annals of Tourism Research*, VI, 4, pp. 408-424.
- Dall'Ara, G. (1990). *Perché le persone vanno in vacanza?* Milano: FrancoAngeli.
- Deaux, K. & Philogène, G. (2001). Representations of the Social. Oxford: Blackwell.
- De Grada, E. & Mannetti, L. (1998). L'attribuzione causale. Bologna: Il Mulino.
- de Rosa A.S. (1987). The social representations of mental illness in children and adults. In W. Doise & S. Moscovici, (Eds.). Current issues in European Social Psychology. Cambridge: Cambridge University Press.
- de Rosa, A.S. (1990). Per un approccio multi-metodo allo studio delle Rappresentazioni Sociali, *Rassegna di Psicologia*, VII (3), 101-152.
- de Rosa A.S. (1993). Social Representations and Attitudes: problems of coherence between the theoretical definition and procedure of research. *Papers on Social Representations*, II, (3), 178-192
- de Rosa A.S. (1994). From theory to meta-theory in S.R.: the lines of argument of a theoretical-methodological debate. *Social Science Information*, 33, (2), 273-304.
- de Rosa A.S. (1995). Se per la strada incontri un matto... Sviluppo dei sistemi di credenze e risposta sociale alla devianza e alla malattia mentale in bambini e adolescenti. Roma: Melusina Editore.
- de Rosa A.S. (2003). Le « reseau d'associations » une technique pour détecter la structure, les contenus, les indices de polarité, de neutralité et de stéréotypie du champ sémantique liés aux Représentations Sociales. In J.C. Abric (Ed). *Méthodes d'étude des représentations Sociales*. (pp. 81-117). Paris: Edition Erés.
- de Rosa, A.S. & Bocci, E. (2012). Between Physical And Virtual Reality: The case of Benetton brand "A Company that is born from ideas". In A. Capoor & C. Kulshrestha (Eds.). *Branding and Sustainable Competitive Advantage: Building Virtual Presence*. (pp. 69-95). Usa/Uk: Igi Global.
- de Rosa, A.S. & Bocci, E. (2013). Resisting Cognitive Polyphasia In The Social Representations of Madness. In A.S. de Rosa (Ed.). *Social Representations in the "Social Arena"*. (pp. 245-310). New York – London: Routledge.
- Di Prospero, B. (2004). Il futuro prolungato. Introduzione alla psicologia della terza età. Roma: Carocci.**
- Doise, W. (1985). Les Représentations sociales: définition d'un concept *Connexions*, 45, 243-253.
- Farr, R. & Moscovici, S. (1984). *Social Representations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Donohoe, H. M. & Needham, R. D. (2006). Ecotourism: The evolving contemporary definition. *Journal of Ecotourism*, 3, 192-210.
- Farneti, A. & Battistelli, P. (1989). La relazione nonni-nipoti. *Età Evolutiva*, 33, 97-103.
- Gecchele, M. & Danza, G. (1993). Nonni-nipoti: un rapporto educativo? Vicenza: Del Rezzara.
- Gulotta, G. (1982). I processi di attribuzione nella psicologia interpersonale e sociale. Milano: FrancoAngeli.
- Gulotta, G. (1997/2003). In collaborazione con Mamia, L. *Psicologia Turistica*. Milano: Giuffrè.
- Harré, R. & Secord, P.F. (1997). *La spiegazione del comportamento sociale*. Bologna: Il Mulino.
- Heider, F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York: Wiley.
- Jodelet, D. (1982). Les représentations socio-spatiales de la Ville. In P.H. Derycke (Ed.). *Conceptions de l'espace*. (pp. 145-177). Paris: Université De Paris X-Nanterre.
- Jodelet, D. (1984). Représentation sociale phénomène, concept et théorie. In S. Moscovici (Ed.). *Psychologie Sociale*. Paris : P.U.F.
- Jodelet, D. (1989). *Les Représentations Sociales*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Kelley, H. (1967). Attribution theory in social psychology. In D. Levine (Ed.). *Nebraska Symposium on Motivation Vol. 15*. (pp. 192-238). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Ibanes, T. (1989). Faire et croire. In J.L. Beauvois (Ed.). *Perspectives cognitives et conduites sociales*. Delval : Cousset.

- Lewin, K. (1968). *Sociologia dei gruppi*. Torino: Einaudi.
- Liotti, G. (1986). Attaccamento, Sé e famiglia: tre sistemi interconnessi. *Terapia Familiare*, 20, 21-30.
- Markova, I. (2003). *Dialogicality and Social Representations. The dynamics of Mind*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Markus, H. (1977). Self schemata and processing information about the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35 (2) 63-80.
- Mead, G.H. (1934). *Mind, Self, Society*. Chicago: Chicago University Press. (Trad. it. *Mente, Sé e Società*. Firenze: Editrice Universitaria, 1966).
- Minguzzi, G. (1988). *Dinamica psicologica dei gruppi sociali*. Bologna: Il Mulino.
- Moliner, P. (1996). *Imagés et représentations sociales*. Grenoble : PUG.
- Moliner, P. (2001). *La dynamique des représentations sociales*. Grenoble : PUG.
- Moscovici, S. (1961/1976). *La Psychanalyse, son Image et son Public. Étude sur la représentation sociale de la psychanalyse*, Paris: Presses Universitaires de France; seconda edizione (1976). *La Psychanalyse, son Image et son Public*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Moscovici, S. (1989). Des représentations collectives aux représentations sociales: éléments pour une histoire. In D. Jodelet (Ed.). *Les représentations sociales*. (pp. 62-86). Paris: Presses Universitaires de France.
- Moscovici, S. & Duveen, G. (2000). *Social Representations. Explorations in social psychology*. Cambridge: Polity Press.
- Neri, C. (1995). *Gruppo*. Roma: Borla.
- Nuvoli, G. (1999). Conoscenza, ambiente, bambino. Fattori evolutivi e cognitivi nell'educazione all'ambiente. In G. Nuvoli (Ed.). *Conoscenza e educazione all'ambiente*. Milano: FrancoAngeli.
- Odum, E. P. (2001). *Ecologia, un ponte tra scienza e società*. Padova: Piccin.
- Oskamp, S. (2000a). Psychological Contributions to Achieving an Ecologically Sustainable Future for Humanity. *Journal of Social Issues*, 56, Special Issue: Promoting Environmentalism, 373-390.
- Oskamp, S. (2000b). A Sustainable Future For Humanity? How Can Psychology Help? *American Psychologist*, 55, p. 496-508.
- Palmonari A. (1991). Atteggiamenti e rappresentazioni sociali. In R. Trentin (Ed.). *Gli atteggiamenti sociali*. (pp.187-195). Torino: Bollati Boringhieri.
- Pearce, P.L. (1993). *Fundamentals of tourist motivation*. In D.G. Pearce e R. W. Butler (a cura di). *Tourism Research*.
- Piccione, V.A. (2008). *Mappe educative e formative. Orizzonti di senso*. Roma: Aemme Publishing.
- Ryan, C. e Glendon, I. (1998). Application of leisure motivation scales to tourism, *Annals of Tourism Research*, 25(1), pp. 169-184.
- Serino, C. (2011). Turismo sociale nella terza età: analisi di casi e prospettive future. Atti del XIV Congresso del Comitato Scientifico Nazionale Psicologia e Turismo e V Congresso Nazionale A.R.I.P.T. Turismo e Psicologia. *Rivista Interdisciplinare di Studi e Ricerche e Formazione*, 1. 55-62. (www.turismoepsicologia.it/volumi/pubblicazione-2011%2015-ottobre/sessione-psico-sociale-e-culturale).
- Sherif, M. (1935). A study of some social factors in perception, *Arch. Psychol.*, 187.
- Sherif, M. (1972). *L'interazione sociale*. Bologna: Il Mulino.
- Tajfel, H. (1978). Differentiation between social groups: studies in the social psychology of intergroup relations. London: London Academic Press.
- Tajfel, H. (1985). *Gruppi umani e categorie sociali*. Bologna: Il Mulino.
- Tiezzi, E. e Marchettini, N. (1999). *Che cos'è la sviluppo sostenibile?* Roma: Donzelli.
- Volonté, P. Lunghi, C. Magatti, M. e Mora, E. (2004). *Concetti, metodi, temi di sociologia*. Milano: Einaudi Scuola.