

## Editoriale

# In-Mind Magazine: Il Perché, il Cosa, il Quando, e il Come

**Hans Ijzerman**

Tilburg University – Editore Fondatore di In-Mind

Scrivere un editoriale per accattivarsi un pubblico vasto e competente non è impresa facile. Come accattivarsi un pubblico di lettori capaci e avidi di sapere, con in mano solo informazioni noiose sulla storia di una rivista? Come ricercatori, per definizione noi ricerchiamo dettagli minuscoli - ed abbiamo accese discussioni su questi dettagli, per ore. Non ci domandiamo il perchè, è semplicemente la nostra passione. Come gli appassionati di storia considerano i più piccoli dettagli nel corso delle azioni passate, così noi qui ora affrontiamo la breve storia di In-Mind. Ma questa storia può interessare un vasto pubblico? Probabilmente no. Perché qualcuno al di fuori dell'editoriale sarebbe interessato alla storia di una rivista? Non trovo alcuna motivazione plausibile.

Bene. Non sei ancora scoraggiato dal leggere. Spero di aver abbassato le tue aspettative sufficientemente perchè tu possa gustare questo editoriale. Ti racconterò il perchè, il cosa, il quando, e il come di In-Mind. Vediamo subito il quando e il perchè. In-Mind è cominciato nel 2006, fondato dal “sinceramente vostro,” per colmare un gap immenso nel mondo delle riviste. Parlando con diversi studiosi competenti ed esperti vicino a me, è apparso evidente come le persone fossero enormemente curiose di scoprire gli intricati funzionamenti della mente umana – ma la domanda che spesso ci ponevamo era: come farlo? Nel mondo accademico ci troviamo di fronte ad articoli scientifici ardui da leggere, che possono risultare noiosi ai più. Questi articoli sono solitamente interessanti e stimolanti per noi esperti – per la stessa ragione la storia è interessante per gli appassionati di storia – dal momento che forniscono un numero di dettagli tali che ci portano a discutere sulle più piccole cose, per ore e ore.



D'altro canto, le riviste divulgative di psicologia spesso offrono degli articoli di qualità estremamente varia. Dai ben documentati lavori sulle emozioni o sull'inganno, fino alle infondate argomentazioni sull'evoluzione o sul “karma”: la diversa qualità di questi lavori spesso costituisce un problema per i ricercatori di psicologia. Se la cultura popolare ha ampiamente fatto propri termini come “dissonanza cognitiva” o conoscenze legate al conformismo o all'obbedienza alle autorità, essa ha anche acquisito falsi miti legati, ad esempio, alla postura o al funzionamento del cervello (voi usate soltanto il 2% del vostro cervello? Assolutamente no – queste persone (ad es., <http://www.zoxpro.com/>) vi stanno semplicemente ingannando). In quanto psicologo interessato all'analisi dell'interazione tra mente e

### Corrispondenza:

Hans Ijzerman  
Department of Social Psychology  
Tilburg University, Room P64, PO Box 90153, 5000 LE Tilburg, NL  
E-mail: [H.Ijzerman@uvt.nl](mailto:H.Ijzerman@uvt.nl)

corpo umano, sentir dire che quando si tengono le braccia conserte si ha una “postura chiusa”, che indica distacco, mi vengono i capelli dritti. Se potessi guadagnare un Euro ogni volta che sento questa affermazione, ora sarei un uomo ricco (ah, e mentre stai leggendo questo editoriale, guarda un'altra favola che riguarda il mito di “Mehrabian”: <http://www.youtube.com/watch?v=7dboA8cag1M>). Gli psicologi, dunque, possono talvolta essere mal rappresentati da individui che tentano di fare qualche soldo. Allo stesso tempo però gli psicologi forse non si occupano in maniera adeguata della valorizzazione della conoscenza. In-Mind interviene esattamente a questo punto.

In-Mind rappresenta il punto di contatto tra la divulgazione e l'accademia, si propone di comunicare gli intricati funzionamenti della mente umana quando questa opera all'interno di un contesto sociale. Gli psicologi sociali studiano come l'ambiente sociale influenzi il pensiero, le emozioni e i comportamenti degli individui – e l'interazione tra questi. L'influenza del contesto sociale è pervasiva in quasi tutte le cose che le persone pensano, sentono, e fanno e, in quanto tale, la psicologia sociale è un campo di ricerca estremamente ampio e multidisciplinare. Dal momento che il contesto sociale agisce sulla psiche degli individui influenzando in modo profondo la vita delle persone, noi ci proponiamo di demistificare le nostre ricerche e avviare un dibattito tra i lettori e gli autori. Ciò che rende In-Mind uno strumento di pubblico “edu-intrattenimento”, piacevole e affidabile al tempo stesso, è che gli articoli sono sottoposti a un rigido processo di “peer-review”. In altre parole, noi prendiamo il meglio dei principali articoli accademici per garantirvi la massima qualità.

In-Mind vorrebbe essere piacevole, penetrante, e stimolante per un ampio pubblico, ma c'è una cosa che non necessariamente fa. Risponderà di sicuro alla domanda: Che cosa ci dice il risultato X o Y da un punto di vista teorico? Non saremo però sempre in grado di dirvi quale possa essere il risvolto applicativo del risultato X. Dovremmo sempre farlo? Forse no. Prendiamo in considerazione un famoso esempio proveniente dal Sud Europa. Il lavoro dell'Italiano Alessandro Volta è un esempio di avvio di un percorso imprevedibile. Volta ha creato il precursore della prima batteria che può, ad esempio, essere ora usata nei pacemakers. Ma se Volta avesse in anticipo sostenuto che lo sviluppo della batteria sarebbe servito per quel proposito, probabilmente sarebbe stato preso per pazzo. In altre parole, la scienza è importante per i suoi stessi meriti e può e dovrebbe essere quindi divulgata. E' importante comunicare la nostra disciplina a un ampio pubblico,

e In-Mind fornisce a voi tutti gli strumenti necessari per applicare questa conoscenza e migliorare le vostre stesse decisioni. E vi permetterà di conoscere cosa si intenda per dissonanza cognitiva, di riflettere sul conformismo sociale, o addirittura pensare alle divise bianche di laboratorio e all'obbedienza all'autorità, come nel celebre esperimento della prigione di Zimbardo (che, nonostante i molti problemi etici e metodologici, è diventato famoso nella cultura popolare e ripreso anche in un film). Se non conoscete tutti questi temi, iniziate a cercarli su Google. Sono oramai diventati parte dei discorsi comuni e lentamente ma sicuramente tutti noi diventeremo esperti di temi come lo stigma, l'ostracismo, l'oggettivazione sessuale o le attribuzioni d'umanità.

Cosa si può dire riguardo la storia di In-Mind? Psychoblog ha detto di noi nel 2008: “E' stato un bel po' di tempo fa (addirittura in Aprile) quando parlai per la prima volta di In-Mind. A quei tempi In-Mind esordiva come un blog(-giornale) di psicologia sociale. Bene, nel corso degli ultimi mesi si è sempre più rafforzato ed è diventato ora uno dei siti che sicuramente leggo appena ho un minuto.” E questo era soltanto il 2008. Ci piacerebbe ora pensare che ci stiamo evolvendo per diventare una delle riviste di psicologia sociale con più alto impact factor. Ma permettetemi di dirvi cosa è avvenuto nel corso degli ultimi anni, fino ad ora ho spiegato alcune cose circa il perché, ora è venuto il momento del come. Io vi rivelerò alcune informazioni ora, nostro lettore italiano, ma vi chiederei di non diffondere queste informazioni. Sarà la prima e ultima volta che mostro la fotografia che vedete sotto. In-Mind è nato nella struttura che vedete nella foto (non posso chiamarla in modo diverso se non struttura – sicuramente comunque non era una casa). Sì, infatti, In-Mind partì da questo container marittimo (non più grande di 25 metri quadri). Avevo appena finito il “research master” alla VU University, ad Amsterdam nel 2006, e là era dove ho vissuto per due anni e mezzo. Ecco, l'ho detto: In-Mind nacque in un container marittimo nell'area portuale di Amsterdam. Lo ammetto.

Questi primi anni furono duri. Significava pregare altri siti per avere visibilità, significava pregare gli autori perché scrivessero gli articoli, ed avevamo solo la capacità di creare un sito estremamente “essenziale” (Dirk Schrama, un'altra persona che viveva in queste enormi costruzioni, è stato il nostro primo webmaster che volontariamente ci ha aiutato) Non avevamo praticamente null'altro da offrire. Altri studenti del master si resero disponibili per aiutare a scrivere, e la rivista cominciò a crescere quando alcuni membri di facoltà della VU University diedero la loro disponibilità a scrivere un pezzo. C'è voluto un bel po' di tempo per creare un sito

vero e proprio, per ottenere contatti, e per guadagnare un po' di notorietà. I nostri primissimi numeri non erano "peer-reviewed", semplicemente perché non avevamo lo staff per poterlo fare. Poi arrivò Philip Zimbardo e persone come Angela Leung e CY Chiu, i quali scrissero articoli stupendi. E poi il nostro staff editoriale iniziò a migliorare sempre più. Altri ricercatori iniziarono a contribuire sia in termini di contenuto che di forma. In-Mind iniziò lentamente a guadagnare terreno ed entusiasmo tra gli altri psicologi. Chiedi ora a qualsiasi psicologo sociale qualcosa riguardo In-Mind, e sicuramente loro ora conosceranno la nostra rivista (e se così non dovesse essere, voi potrete pure spiegarglielo)

Può sembrare forse ora che io consideri In-Mind solamente come mio "figlio". Questo non è certamente il caso. In-Mind ha avuto molti padri e madri, ed è diventato un marchio nella nostra scienza grazie ai piccoli, grandi, immensi contributi di molti diversi membri dello staff. Piccoli pezzi del puzzle iniziarono a combaciare man mano che procedevamo. E ciò è avvenuto principalmente attraverso tentativi ed errori. Perché, quali sono le cose migliori dovremmo adottare o non adottare nel modo di operare di altre riviste? E qual è il modo migliore per far funzionare assieme le diverse versioni del nostro giornale? Abbiamo provato a lavorare in molti diversi modi – e ha funzionato bene! Siamo attualmente visitati da almeno 500 persone al giorno, e il nostro score su Google Page Rank è ora di 6/10 (questo è una gran posizione – provate a controllare su Google!). Nel nostro sito inglese, presentiamo ora anche ricerche online in cui le persone possono partecipare, analizziamo le principali novità riguardanti la psicologia sociale, e recensiamo libri legati alla psicologia sociale. E siamo appena partiti. Presto vi presenteremo il nostro In-Mind iPhone App, e molti, molti altri nuovi articoli affascinanti.

Come ciliegina sulla nostra torta in continua crescita, vi presentiamo In-Mind Italia. Il suo team editoriale vi offrirà una nuova parte del nostro puzzle in continua crescita – ora arrivato in Italia. In-Mind Italia userà il format già esistente, ma sicuramente migliorerà e ha in realtà già migliorato il nostro format. Il team (Lisa Fellin, Silvia Galdi, Stefano Pagliaro, e Elena Trifiletti) ha svolto un lavoro grandioso per organizzare il primo numero, spinto dal grande entusiasmo dei due ispiratori Giulio Boccato e Luca Andrighetto. Nel primo numero, leggerete stimolanti riflessioni sull'importanza della ricerca in psicologia sociale, di Luciano Arcuri, e sul ruolo della razionalità nel giudizio sociale e nella presa di decisione, di Joachim Krueger. Scoprirete come le persone possano amare e al tempo stesso mangiare gli animali, come spiegato da Stephen Loughnan,

Bokya Bratanova, e Elisa Puvia. Potrete saperne di più sull'oggettivazione sessuale delle donne, in un articolo scritto da Giuseppina Pacilli, e sulla relazione tra stigma e ostracismo, nell'articolo finale di Adriano Zamperini.

Ah, e le vostre aspettative? Adesso vi frego. La ricerca mostra che abbassare le vostre aspettative potrebbe far diminuire le potenziali critiche. Spero che voi siate entusiasti dell'uscita di In-Mind Italia quanto lo sono io e spero che questa rivista sarà utile all'Italia per molti anni!

[traduzione di Luca Andrighetto e Giulio Boccato]

*Hans IJzerman*, fondatore di In-Mind Magazine, si è laureato in Psicologia al Saint Vincent College, negli Stati Uniti. Tornato in Olanda, ha conseguito un Master e un Dottorato di Ricerca in Psicologia Sociale, rispettivamente alla Vrije Universiteit di Amsterdam e all'Università di Utrecht. È Professore Associato presso l'Università di Tilburg, dove si occupa di modelli cognitivi nelle dinamiche sociali e nella cultura, ed in particolare di "grounded cognition" (meglio conosciuta come "embodiment").

