

***PROMUOVERE L'EMPOWERMENT A
LIVELLO INDIVIDUALE, ORGANIZZATIVO
E DI COMUNITA'***

✧ Donata Francescato

✧ mc0938@mclink.it

✧ **Progetto Empowerment e
Comunità**

✧ Bologna, 13 Dicembre 2014

Di quale tipo di potere si occupa l'empowerment secondo la psicologia di comunità



- ✧ Non del potere oppressivo che impedisce ad altri di fare quello che vorrebbero o al contrario li costringe a fare quello che non vorrebbero, ma di un potere costruttivo o generativo che permette di aprire nuove possibilità a se stessi e agli altri. Un **potere nomade basato sulla competenza e non monade centrato sulla posizione occupata**

Caratteristiche del potere nomade già presente nel mondo dello sport, arti, e scienze



Il potere nomade è plurimo e ha una durata limitata nel tempo. Le posizioni gerarchiche che si creano sono *molteplici* (nessuno è esperto di tutto). Chi esercita un potere nomade è capace di ispirare nei collaboratori una visione di un possibile futuro, in cui il perseguimento del bene comune aiuta a superare il mero interesse personale. I capi "nomadi" preparano la loro successione (Campus 2013, Francescato 2008). Sono empowering e favoriscono benessere personale e sociale

Caratteristiche del potere monade che prevale in politica (Amato 1996)



✧ È un potere basato su una concezione unitaria che mira all'unicità del comando. I capi "monadi" vedono i collaboratori come potenziali rivali, si ritengono unici e indispensabili. Non fanno da mentor ai loro collaboratori. Vedono avversari come nemici. Lotte di potere continue sono la norma. Questi capi sono potenti (empowered) ma disempowering: contribuiscono al malessere sociale e personale.

Usare potere in modo empowering fa crescere

Un genitore può esercitare il suo potere in modo empowering (potenziante) e contribuire alla crescita di figli empowered, responsabili e capaci di scegliere. Una scuola o un contesto lavorativo possono essere empowering per i propri membri aumentando le loro competenze. Una comunità locale può offrire opportunità potenzianti ai propri residenti e aiutarli a diventare cittadini partecipi e attivi

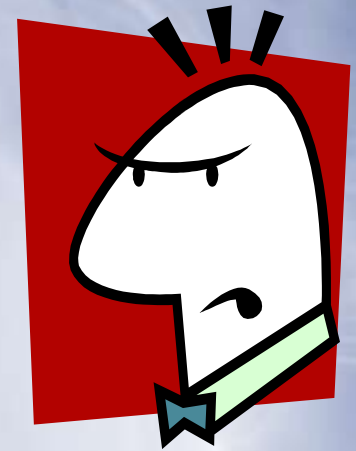


Innestando circuiti virtuosi



✧ A loro volta, figli, coniugi, lavoratori e cittadini empowered hanno fiducia di poter influenzare positivamente il corso degli eventi, e di avere un grado di controllo su quello che succede. Sono più disponibili a cogliere le opportunità offerte dai nuovi media per arricchire i loro rapporti interpersonali e la loro vita di coppia. Sperano nel futuro e sono capaci di porsi mete personali e fare azioni congruenti per raggiungerle. E hanno anche elevati interessi sociopolitici. (Francescato 2010)

***Usare il potere per
tornaconto personale è
disempowering e crea
circuiti di malessere***




- ✧ Individui che subiscono un potere disempowering saranno più prone a comportamenti antisociali, aggressivi o devianti, aumentando il tasso di conflittualità sia intrapersonale che interpersonale. Sono pessimisti, diffidenti verso le nuove tecnologie e i cambiamenti, disgustati e sfiduciati verso la politica. Rendono i contesti ambientali meno vivibili, alimentando circuiti di malessere individuale e sociale.

Perdita di credibilità delle classi dirigenti favorisce l'aumento di cittadini disempowered

Scarsità di autorità affidabili e stimabili, frustra il bisogno profondo di sentirci protetti da chi ci guida: individualismo anarcoide, paura del futuro, ansia, rabbia, apatia, e depressione particolarmente in coloro che sono maggiormente disempowered.



The illustration shows a stylized globe with a blue and white color scheme. Four white, simplified human figures are positioned on the globe, each standing on a different, raised platform or step. The platforms are arranged in a way that suggests a hierarchy or different levels of social standing. The background is a light blue gradient with a faint grid pattern.

Crescita del disempowerment aumenta i divari tra vari gruppi sociali

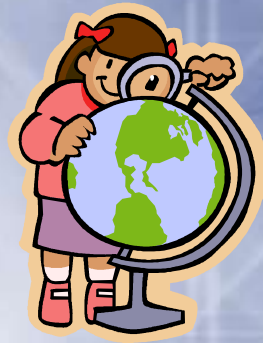
- ✧ Tra ricchi e poveri, occupati e disoccupati o emarginati, tra uomini e donne, autoctoni e immigrati, tra utilizzatori delle nuove tecnologie e coloro che non le padroneggiano. Ruolo dei media nell'alimentare disempowerment. La politica pop allontana i migliori dalla politica e danneggia politici onesti e competenti ma invisibili (Mebane Sorace Vecchione 2008)

La personalizzazione e mediatizzazione della politica e crisi appartenenze politiche

- ✧ Caratteristiche disempowering “politica pop”, che da un lato rende il potere politico meno durevole dunque più nomade, ma anche più monade, dato che l’attenzione dei media si focalizza prevalentemente sulle caratteristiche personali dei leader politici.



Uscire dalla crisi puntando sui cittadini operatori e amministratori empowered e empowering?



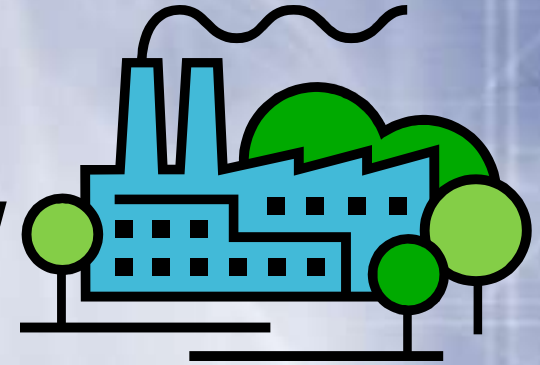
- ✧ Esercitare il potere in modo empowering significa attivare un processo attraverso il quale le persone che stanno vivendo una situazione percepita come svantaggiosa trovino la capacità, l'energia e le modalità necessarie a ridurre o eliminare la sfiducia in sé e nel mondo e ad acquisire la sicurezza di poter influenzare positivamente il corso degli eventi.



***Oggi occorre urgentemente
promuovere circuiti virtuosi di
benessere e depotenziare i
circuiti del malessere sociale e
personale***

Psicologia di comunità promuove pertanto sia l'empowerment individuale, gruppale, organizzativo che quello delle comunità locali e virtuali in cui i cittadini vivono, seguendo dei principi guida: ***incoraggiare interpretazioni pluralistiche promuovendo utilizzo di concetti e strumenti multidisciplinari e di conoscenze locali; esaminare origini storiche; dare voce a narrative minoritarie, creare legami solidali e identificare i punti forza su cui far leva per ottenere cambiamenti desiderati.***

Promuovere organizzazioni empowered



Un'organizzazione è empowered quando riesce a comprendere i processi di cambiamento economici, giuridici, culturali, e sociali in corso nei contesti locali, regionali, nazionali e internazionali in cui opera. Questa "capacità di lettura" permette di cogliere nuove opportunità e individuare possibili minacce, a cui far fronte tramite mutamenti strategici ed organizzativi interni da un lato; e dall'altro ad individuare partner con cui far rete (fare sistema) per raggiungere obiettivi non raggiungibili singolarmente)

Le organizzazioni che frequentiamo sono empowering?

QuickTime™ and a
decompressor
are needed to see this picture.

- ✧ Se aumentano a) *il benessere personale* dei loro membri incrementando le loro conoscenze del funzionamento organizzativo e coinvolgendoli nei processi decisionali; b) *il benessere relazionale* migliorando la comunicazione tra i vari stakeholders, promuovendo capitale sociale e dando voce anche a gruppi con meno potere; c) *il benessere collettivo* quando i membri sono consapevoli dei fattori politici, economici e sociali esterni che influenzano la loro organizzazione.

Viviamo in una comunità empowered



✧ Se è presente un alto grado di **empowerment sociale**: gli abitanti sono consapevoli del legame tra benessere individuale e collettivo, e di come aspetti demografici, economici, territoriali, politici culturali e psicologici interagiscono nel produrre malessere o benessere nelle nostre comunità locali



Viviamo in una comunità empowered



- ✧ **Se la comunità offre opportunità** ai cittadini di impegnarsi insieme per migliorare anche solo un piccolo aspetto della propria comunità e di individuare chi ha il potere e la responsabilità per effettuare mutamenti desiderati a vari livelli (locale, regionale, nazionale, europeo ecc).

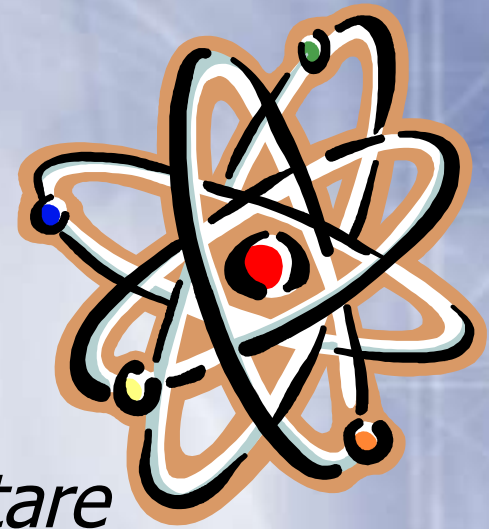
Gli psicologi di comunità hanno pertanto elaborato una serie di metodologie di intervento quali:



- ✧ *la formazione empowering che mira ad aumentare l'empowerment individuale*
- b) la promozione della capacità di lavorare in gruppo per incrementare l'empowerment gruppale*
- c) l'analisi organizzativa multidimensionale partecipata che punta a sviluppare organizzazioni empowered ed empowering*
- e d) l'analisi di comunità che mira ad accrescere l'empowerment comunitario.*



L'analisi di comunità e il lavoro di rete



- ✧ *L'analisi di comunità mira ad incrementare l'empowerment di comunità, attraverso l'esame dei punti forza e delle aree problema di otto profili di una comunità tramite interviste esperti chiave e speciali focus groups con diversi gruppi di cittadini per arrivare ad una progettazione partecipata di miglioramenti fattibili per aumentare le opportunità che la comunità offre ai propri residenti.*

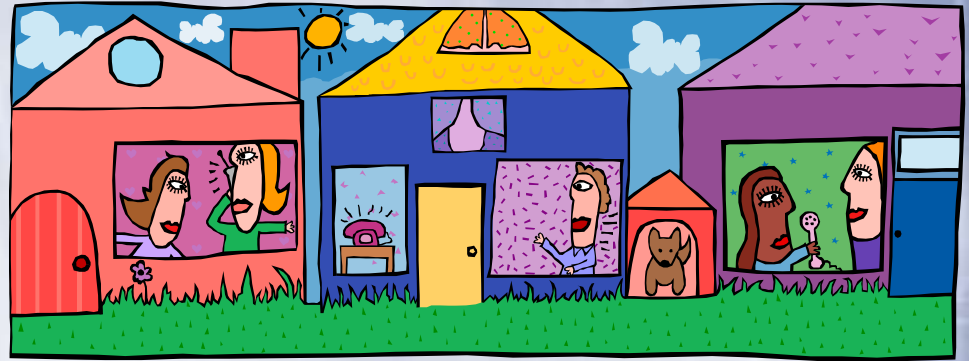




Rafforzamento delle reti territoriali esistenti e creazione di nuova RETI

Il metodo dei profili incoraggia il lavoro di rete tra diverse associazioni, istituzioni e piccoli gruppi e crea nuovi legami tra persone che condividono un territorio. (Santinello e Prezza 2003, Zani 2012)

***Il metodo degli
otto profili
(Martini e Sequi
1988, Ehmayer et
al, 2000)***



- ✧ Otto profili vengono esaminati: i primi cinque si concentrano sulle dimensioni territoriali, demografiche, economiche, istituzionali e dei servizi. Si misurano con "dati obiettivi" come grado di inquinamento dell'aria, età dei residenti, tipi di servizi sanitari educativi e ricreativi disponibili ecc.
- ✧ Gli ultimi tre indagano aspetti più soggettivi, come le percezioni psicologiche e antropologiche dei residenti e le loro visioni del futuro della comunità



Formazione di un gruppo di esperti di ogni profilo

✧ Questi indicano le persone chiave da intervistare e dove raccogliere dati esistenti su ognuno dei profili, e indicano quali sono i punti forza e le aree problema per ogni profilo. Le loro valutazioni vengono confrontate con quelle offerte nei focus groups dei cittadini





I gruppi focus sono composti da membri di gruppi dominanti e marginali



- ✧ A) Analisi preliminare tramite brainstorming su aspetti positivi e negativi della comunità permette di individuare quali profili vengono percepiti più positivi o più problematici
- ✧ B) Sceneggiato di un film sulla loro comunità
- ✧ C) Analisi del futuro. Come immaginano la comunità tra 10 anni, timori e desideri.
- ✧ D) Discussione finale su possibili soluzioni a problemi identificati e strategie per ottenere cambiamenti desiderati (Francescato, Tomai, Ghirelli 2002)

Sceneggiato



- ✧ **Usato per indagare sui vissuti emotivi collettivi verso la comunità**
- ✧ **I partecipanti vengono invitati a elaborare la sceneggiatura di un film, scegliendo il titolo, il genere (commedia, documentario, fantascienza ecc) la trama, i personaggi principali e il finale e poi discutono sulle emozioni negative e positive che emergono**

Sceneggiati di gruppi diversi a confronto per diminuire conflitti



- ✧ Due sceneggiati diversi sulla stessa comunità sono elaborati separatamente da ogni gruppo focus e poi narrati o rappresentati in brevi drammatizzazioni, e ogni gruppo descrive emozioni provate di fronte alla visione della comunità proposta dai due sceneggiati. Questo permette di analizzare in maniera protetta conflitti e contrasti e creare maggiore fiducia

Scelta della priorità di cambiamento e avvio dei progetti

- ✧ Alla fine del percorso tutte le interazioni tra i profili vengono riesaminati in un' assemblea plenaria per individuare priorità di cambiamento e punti di forza per iniziare progetti di cambiamento desiderati.



Risultati ricerca condotta 235 focus groups di Roma Centro, Periferia e Provincia



- ✧ Circa 2500 cittadini, giovani adulti e anziani, immigrati e italiani coinvolti. L'analisi del contenuto degli sceneggiati ha permesso di esaminare atteggiamenti verso il futuro, tipologia di problemi, modalità di affrontare i problemi, presenza o assenza di sostegno sociale percepito, atteggiamento verso minoranze etniche, presenza di episodi di violenza, ecc Prevalenza problema lavorativi, di conflitti generazionali, tra uomini e donne e tra gruppi etnici particolarmente nelle periferie. Migliore capacità di affrontare problemi in modo attivo nelle cittadine di province, meno violenza, più apprezzamento anziani.

Proposte emerse dai focus groups su come migliorare la comunità



- ✧ **Aprire scuole di sera per incontri pubblici per indicare soluzioni a conflitti generazionali, di genere e interetnici tramite focus groups mirati. Promuovere comitati di inquilini e associazioni di vicinato, contratti di quartiere, progetti di cohousing ,unità di crisi: disoccupati e imprese e istituzioni del territorio. Psicologo di comunità di quartiere, promuovere dibattiti riservati a nonni e nipoti per individuare soluzioni a conflitti generazionali e di genere, infine animare chats e gruppi di discussione sui social networks su come promuovere coalizioni tra generazioni, e tra uomini e donne.**

L'Analisi Organizzativa Multidimensionale Partecipata (AOMP)

✧ L' AOMP (Francescato, Tomai, Mebane 2004, Francescato e Tomai 2005, Francescato Zani 2013) è una modalità di valutazione partecipata di un' organizzazione che esamina le interazioni tra quattro dimensioni: strategico-strutturale, funzionale, psicodinamica e psicoambientale. Individua mutamenti desiderabili e realizzabili tenendo conto delle opportunità e dei vincoli dei contesti ambientali in cui l'organizzazione opera.

Questa ricerca-intervento è svolta con tutti gli appartenenti a una organizzazione o con membri che ne rappresentano le diverse componenti

- ✧ Si inizia con l'analisi della dimensione strategico strutturale, esaminando la storia strategica dell'organizzazione (quando è nata, scopi iniziali, evoluzione obiettivi strategici nel tempo). Poi tenendo in considerazione i vincoli strutturali, economici e legali, e il posizionamento dell'organizzazione rispetto ad altre organizzazioni simili, si identificano i punti forza e le aree problema e si definiscono obiettivi strategici per l'immediato futuro e a medio termine.

La dimensione funzionale

- ✧ Si discutono le attività che devono essere svolte dai diversi componenti delle organizzazioni per raggiungere gli obiettivi enunciati. Usiamo vari strumenti elaborati da sociologi e analisti di sistema per esaminare i flussi di attività, la gestione delle emergenze e individuare punti forza e aree problema.



La dimensione culturale o psicodinamica

- ✧ Viene esaminata in sottogruppi con una varietà di strumenti elaborate dagli psicologi e antropologi culturali e dai socioanalisti. Vengono esplorate emozioni positive e negative usando disegni di gruppo sull'organizzazione, barzellette, aneddoti, immagini poste alle pareti ecc. Viene chiesto ai sottogruppi di fare uno sceneggiato sulla loro organizzazione, e i gruppi in plenaria li commentano come già descritto nei profili di comunità, individuano i punti forza e le aree problema.

La dimensione psico-ambientale

✧ Si cerca di individuare il grado di accordo tra aspettative dei membri e scopi e funzioni dell'organizzazione. Usiamo strumenti sviluppati dagli psicologi dell'organizzazione per misurare lo stato di benessere e salute organizzativa, il clima, gli studi di leadership, i patterns di comunicazione e di risoluzione dei conflitti. Utilizziamo anche interviste singole e di gruppo per esaminare come migliorare la congruenza tra desideri e aspettative dei singoli e funzioni da svolgere per raggiungere gli obiettivi organizzativi. Punti forza e aree problema vengono individuate.

***Esame delle interazioni tra
le quattro dimensioni e
individuazione delle
priorità di cambiamento
fattibili***



Dopo aver esaminato come punti deboli in una dimensione possono influenzarne un'altra e viceversa, il gruppo discute sulle priorità di cambiamento desiderabili e fattibili con le risorse presenti e dove e come reperire risorse mancanti.

Valutazione dell'efficacia dell'AOMP

✧ AOMP è stata utilizzata in circa 140 organizzazioni: piccole e medie imprese cooperative del privato sociale, scuole, associazioni di volontariato, enti locali, amministrazioni comunali, sindacati e sedi di partiti politici, e associazioni culturali e ricreative (Francescato, Tomai, Solimeno 2008).

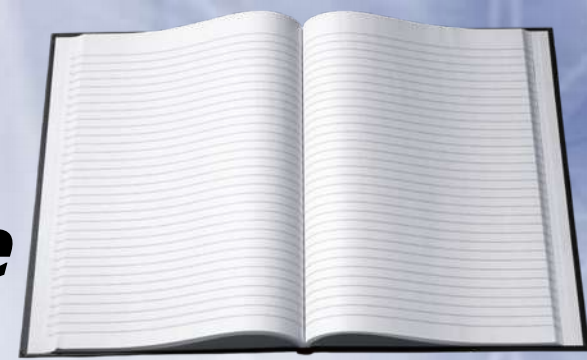


L'orientamento e la formazione empowering

- ✧ L'orientamento e la formazione empowering puntano a far emergere desideri e affrontare nodi problematici, esplorando le emozioni positive che promuovono l'empowerment e le emozioni negative che possono ostacolare il raggiungimento dei mutamenti desiderabili. Distinzione tra bisogni legati all'esperienza passata che evocano disagio e mancanza, e desideri che proiettano nel futuro, e tendono a creare "possibilità nuove" (Bruscaglioni 2005).



Fasi del processo di orientamento e formazione empowering



I e II FASI - Esplorazione dei desideri e di vari possibili futuri, e bilancio delle competenze

-Tramite tecniche come il "*romanzo lavorativo*" e il "*romanzo scolastico familiare*", e "*i romanzi mediatici generazionali e personali*". Con il "*romanzo familiare*" si rintracciare la genesi del nostro patrimonio emotivo, in particolare del modo di vivere emozioni negative come rabbia, ira, vergogna, invidia, che rovinano i nostri rapporti affettivi, per liberarsi dell'influenza dei ricordi negativi del passato, e ritrovare desideri sepolti da anni.



L'esame dei «romanzi mediatici generazionali» e "personali"

L'analisi dei romanzi mediatici generazionali (i programmi più visti nei media esistenti nel periodo della nostra adolescenza) e «personali» (i film, i video, i programmi tv, i siti internet, i social network come Facebook che utilizziamo ogni giorno) ci permette di capire come quel che «vediamo trasforma chi siamo».

Usare i media per ottenere cambiamenti desiderati



- ✧ Modificando il nostro uso dei media, scegliendo ad esempio di non guardare più certi film che aumentavano la loro propensione a comportamenti violenti in famiglia, ma di vedere programmi che illustravano modalità più costruttive di gestione di conflitti tra partner e genitori e figli, partecipanti hanno raggiunto cambiamenti desiderati, e migliorato i rapporti di coppia e tra le generazioni.

Fase III: esplorazione delle possibilità e vincoli dei contesti ambientali

✧ *Dopo bilancio competenze acquisite e acquisibili si esplorano i contesti ambientali (profili di comunità, analisi organizzativa multidimensionale partecipata, lavoro di gruppo e di rete in gruppi territoriali e virtuali come i social networks (Francescato e Zani 2013)).*

IV. Individuazione di congruenze tra i desiderata individuali, competenze acquisite e le richieste limiti e le opportunità dei contesti di appartenenza.

Trovare spazio del "possibile" e progettare una pluralità di cambiamenti desiderabili avviando un percorso di pluripossibilità.



***E' possibile apprendere
queste metodologie
anche online!!***



Dal 1999 al 2014 abbiamo offerto seminari online basati sul Computer Supported Collaborative Learning e documentato come si possano apprendere anche online i principi teorici della Psicologia di Comunità specifiche modalità di intervento come i profili di comunità, l'analisi organizzativa multidimensionale partecipata, la facilitazione di gruppi di lavoro e mutuo aiuto, l'educazione socio-affettiva e la formazione empowering

Valutazione efficacia comparativa formazione FaF e online:



✧ Corsi FaF e Online accresciuto il livello di empowerment e di efficacia sociale degli studenti e le loro capacità di problem solving ma i seminari di apprendimento collaborativo in gruppi virtuali (CSCL) hanno promosso un capitale sociale più stabile e duraturo rispetto ai gruppi faccia-a-faccia e, in alcuni casi, si sono mostrati più efficaci dei gruppi tradizionali. (Francescato et al. 2007. Mebane et al 2009; Francescato et al 2011).



Promuovere coalizioni di politici onesti e competenti e con valori femminili

✧ Occorre che ci mobilitiamo per cambiare classi dirigenti oggi dominate da “valori maschili” centrati sulla ricerca del successo individuale, sulla competizione esasperata, sulla violenza nel risolvere conflitti e su una visione guerresca della politica . Dobbiamo eleggere politici (anche maschi) con valori “femminili” che privilegiano uguaglianza di opportunità, soluzione non violenta dei conflitti, senso di comunità , il “noi” accanto all’ io.

Donne politiche piu oneste degli uomini in tutto il mondo

✧ The Annual Corruption Barometer di Transparency International ha mostrato da vari anni che le donne sono meno prone degli uomini a farsi corrompere. Anche uno studio della Banca Mondiale ha concluso che le donne erano più degne di fiducia e avevano più interesse al bene comune dei politici maschi e che era auspicabile una maggiore presenza femminile nei parlamenti dei 150 paesi esaminati

Solo eleggendo politici con valori femminili
potremo affrontare nodi strutturali alla base di
vari giovani anziani uomini donne immigrati e
italiani, occupati e disoccupati





MA LE DONNE ELETTE A CARICHE POLITICHE MANTENGONO VALORI FEMMINILI O DIVENTANO

- COME I MASCHI?*
- ✧ Recenti indagini con circa 800 politici (Webb e Vecchione in corso di valutazione) mostrano che le donne in politica mantengono i valori femminili della trascendenza differenziandosi dai loro colleghi maschi.

BASTA VOTARE LEADER CON EGO STRARIPANTI



✧ A tutti i livelli (da militanti a politici locali e nazionali) i maschi invece hanno punteggi più alti di "self-enhancement" (orientamento al potere e successo personale). I valori, inoltre, contano maggiormente per le donne, si può predire orientamento politico più per donne parlamentari che per uomini

*VALUTIAMO
COMPORTAMENTI,
PERSONALITA' E
VALORI DELLE
SINGOLE PERSONE
PER CUI VOTIAMO
PRIMA DI VOTARE*

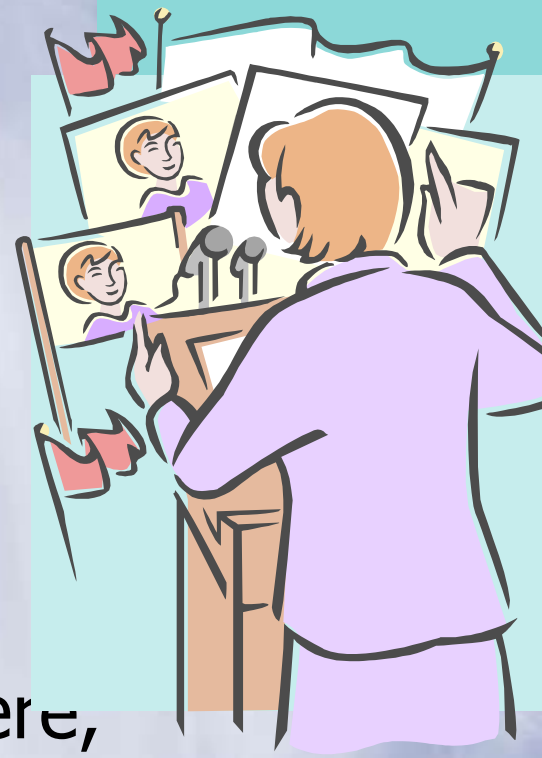


- ✧ Selezioniamo politici non solo in base a ideologia ma *anche su tratti di personalità e valori che predicano loro comportamenti futuri*(*Sylvester e Dyke 2007*)
- ✧ Usiamo i social networks (facebook, twitter, you tube) per conoscere meglio atteggiamenti, idee, valori, stili di vita dei politici che votiamo

VOTIAMO PIU' POLITICI CON VALORI FEMMINILI

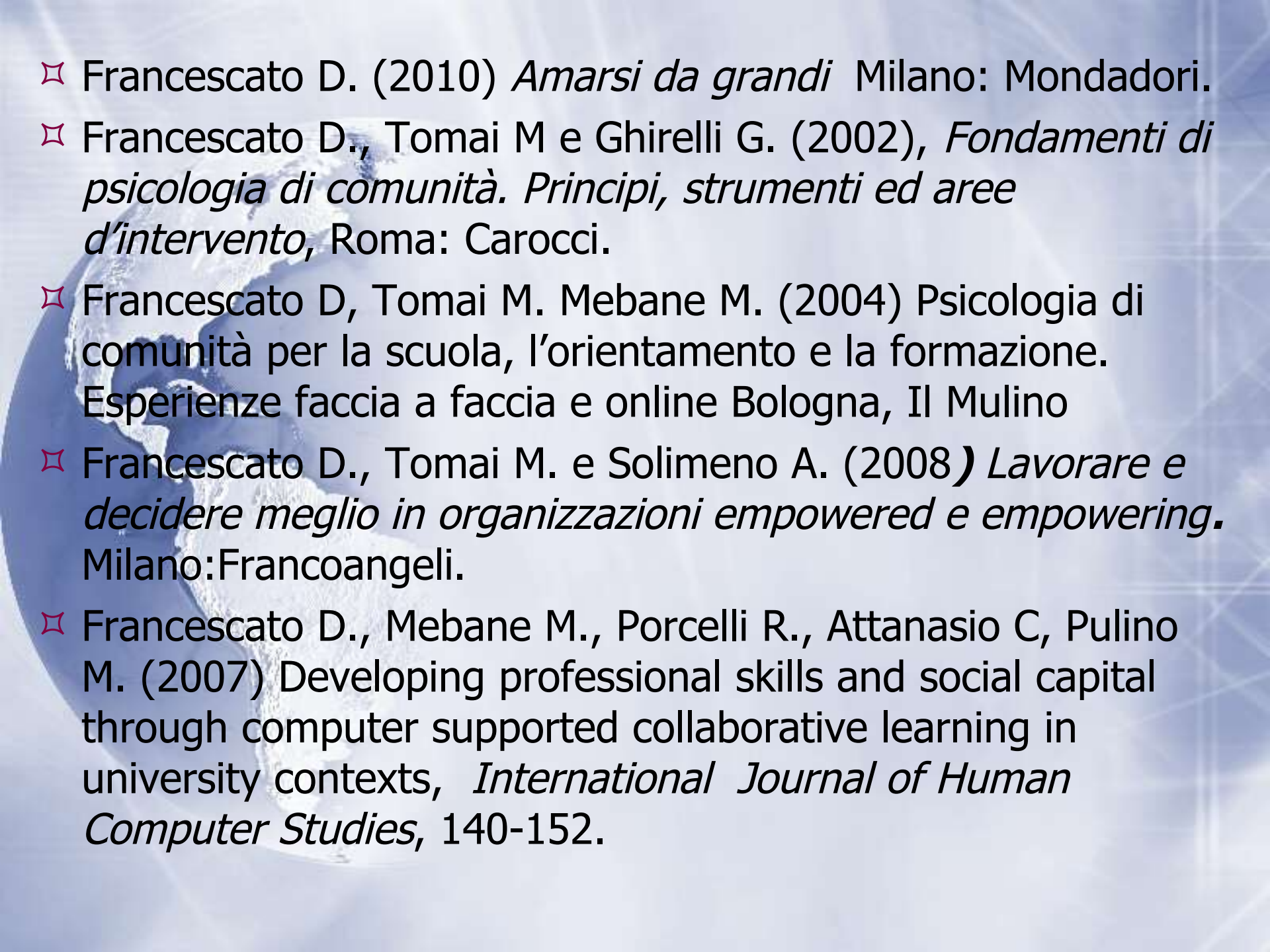
(Votiamo più donne ma anche uomini che sponsorizzino leggi e stanziino fondi per progetti di redistribuzione del lavoro, sapere, potere e opportunità tra le età e le generazioni e tra uomini e donne *perché più vicini ai loro valori di base.*

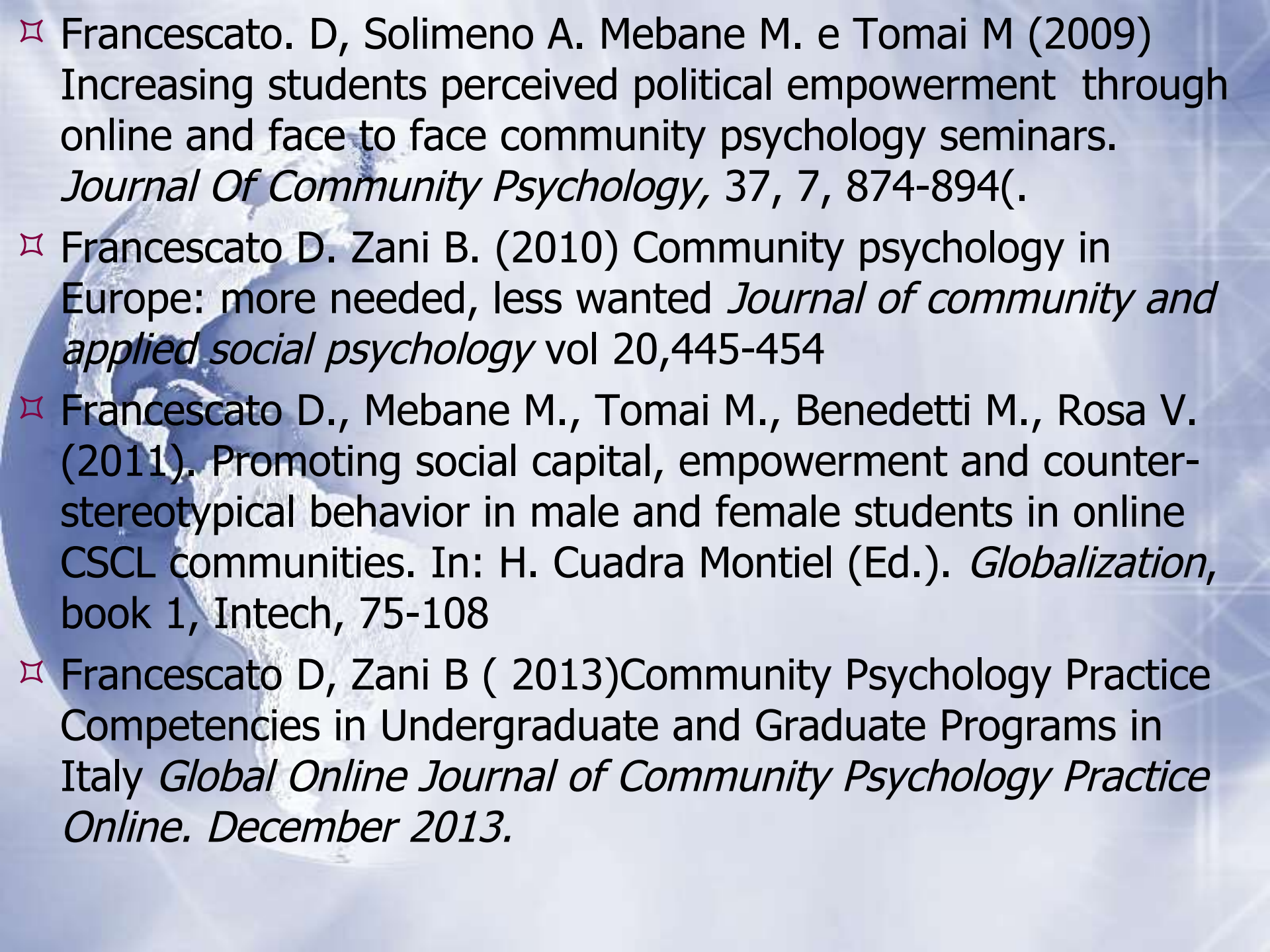
(Selezioniamo politici non solo in base a ideologia ma *anche su tratti di personalità e valori che predicano loro comportamenti futuri*

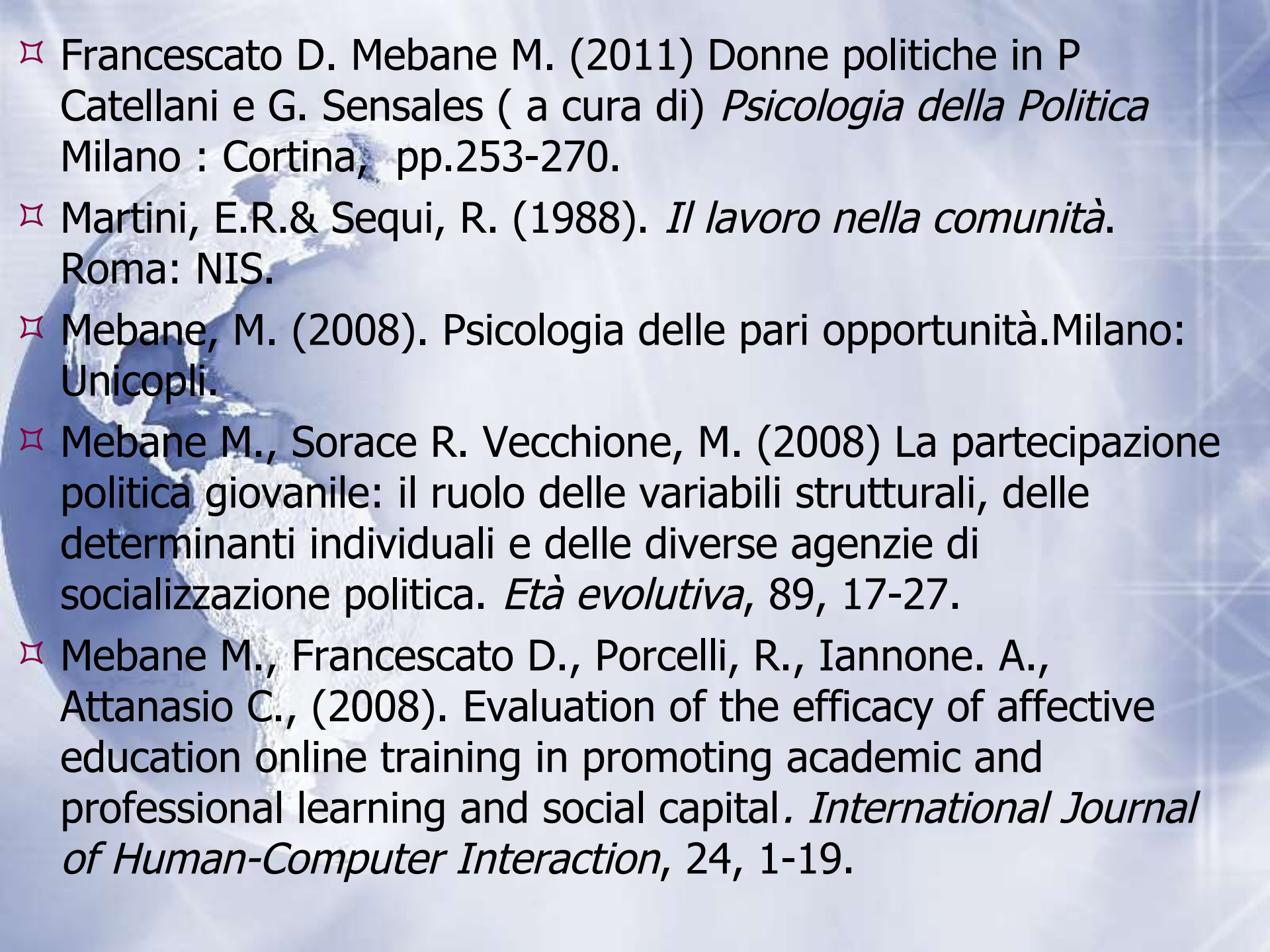


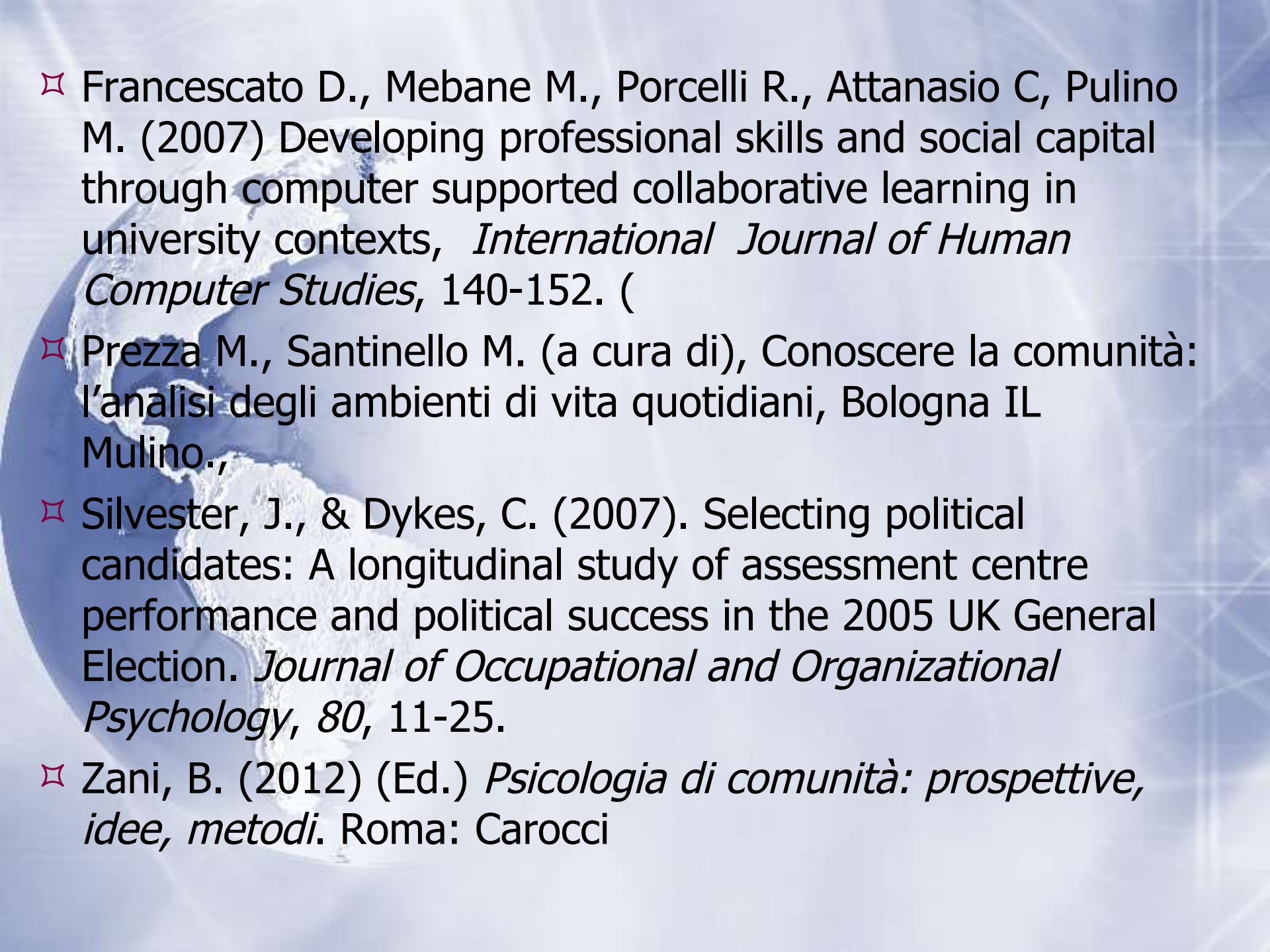
RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- ✧ Amato.G. (1996) I dilemma del maggioritario, in M. Fedele, e R. Leonardi (a cura di) *La politica senza partiti*.Roma:Seam.
- ✧ Brusciaglioni M., (2005), *Per una formazione vitalizzante*, Franco Angeli, Milano
- ✧ .Campus D (2013) *Women political leaders and the media*. London: Palgrave.
- ✧ Ehmayer, C., Reinfeldt, S.,& Gtotter, S. (2000). *Agenda 21 as a concept for sustainable development*. Paper presented at III Panel of Experts, Vienna, May 12.
- ✧ Francescato D. (2011) *Amore e potere La rivoluzione dei sessi nella coppia e nella società*. Roma Kappa
- ✧ Francescato D. (2009) *Le "fuori casta" potranno salvare l'Italia? Potenzialità e problematiche della rappresentanza femminile in Italia*, *Psicologia di comunità*, V, 27-44.

- 
- ✧ Francescato D. (2010) *Amarsi da grandi* Milano: Mondadori.
 - ✧ Francescato D., Tomai M e Ghirelli G. (2002), *Fondamenti di psicologia di comunità. Principi, strumenti ed aree d'intervento*, Roma: Carocci.
 - ✧ Francescato D, Tomai M. Mebane M. (2004) *Psicologia di comunità per la scuola, l'orientamento e la formazione. Esperienze faccia a faccia e online* Bologna, Il Mulino
 - ✧ Francescato D., Tomai M. e Solimeno A. (2008) *Lavorare e decidere meglio in organizzazioni empowered e empowering.* Milano: Francoangeli.
 - ✧ Francescato D., Mebane M., Porcelli R., Attanasio C, Pulino M. (2007) Developing professional skills and social capital through computer supported collaborative learning in university contexts, *International Journal of Human Computer Studies*, 140-152.

- 
- ✧ Francescato. D, Solimeno A. Mebane M. e Tomai M (2009) Increasing students perceived political empowerment through online and face to face community psychology seminars. *Journal Of Community Psychology*, 37, 7, 874-894(.
 - ✧ Francescato D. Zani B. (2010) Community psychology in Europe: more needed, less wanted *Journal of community and applied social psychology* vol 20,445-454
 - ✧ Francescato D., Mebane M., Tomai M., Benedetti M., Rosa V. (2011). Promoting social capital, empowerment and counter-stereotypical behavior in male and female students in online CSCL communities. In: H. Cuadra Montiel (Ed.). *Globalization*, book 1, Intech, 75-108
 - ✧ Francescato D, Zani B (2013)Community Psychology Practice Competencies in Undergraduate and Graduate Programs in Italy *Global Online Journal of Community Psychology Practice Online*. December 2013.

- 
- ✧ Francescato D. Mebane M. (2011) Donne politiche in P Catellani e G. Sensales (a cura di) *Psicologia della Politica* Milano : Cortina, pp.253-270.
 - ✧ Martini, E.R.& Sequi, R. (1988). *Il lavoro nella comunità*. Roma: NIS.
 - ✧ Mebane, M. (2008). *Psicologia delle pari opportunità*. Milano: Unicopli.
 - ✧ Mebane M., Sorace R. Vecchione, M. (2008) La partecipazione politica giovanile: il ruolo delle variabili strutturali, delle determinanti individuali e delle diverse agenzie di socializzazione politica. *Età evolutiva*, 89, 17-27.
 - ✧ Mebane M., Francescato D., Porcelli, R., Iannone. A., Attanasio C., (2008). Evaluation of the efficacy of affective education online training in promoting academic and professional learning and social capital. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 24, 1-19.

- 
- ✧ Francescato D., Mebane M., Porcelli R., Attanasio C, Pulino M. (2007) Developing professional skills and social capital through computer supported collaborative learning in university contexts, *International Journal of Human Computer Studies*, 140-152. (
 - ✧ Prezza M., Santinello M. (a cura di), *Conoscere la comunità: l'analisi degli ambienti di vita quotidiani*, Bologna IL Mulino.,
 - ✧ Silvester, J., & Dykes, C. (2007). Selecting political candidates: A longitudinal study of assessment centre performance and political success in the 2005 UK General Election. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 80, 11-25.
 - ✧ Zani, B. (2012) (Ed.) *Psicologia di comunità: prospettive, idee, metodi*. Roma: Carocci