Il bisogno affettivo e l'inganno dei social: i presupposti e le pratiche del *Romance Scam*

Le besoin affectif et l'illusion des réseaux sociaux : les principes et les pratiques de la fraude sentimentale

The Affective Need and the Social Illusion: the assumptions and the practices of Romance Scam

Mariangela D'Ambrosio*, Davide Barba*

Riassunto

Nella società odierna, l'amore diviene scappatoia dalla solitudine ed oggetto di relazioni digitali che, spesso, sembrano sostituire i rapporti "umani" in una dinamica sentimentale già molto complessa, ma resa ancora più articolata dall'esperienza del SARS-CoV-2. Tale "sensibilità emozionale" (Condorelli, 2021) si inserisce, infatti, nel più ampio, attuale e rinnovato dibattito sul legame affettivo di tipo amoroso che, dallo spazio individuale dalle caratteristiche tangibili, si palesa sul palcoscenico dell'estimità online (Tisseron, 2011; Stanton et al., 2016). Invero, secondo la Polizia Postale nel 2021, in Italia, si è registrato +118% di truffe sentimentali (Polizia Postale, 2022). Fra questi pericoli, in particolare, il Romance Scam (Love Scam o anche definito sweetheart swindles) pratica criminale nella quale un utente viene adescato da truffatori (scammers) che usano un'identità falsa o rubata sui social network al fine di estorcere, truffare o ricattare la vittima che crede di vivere una vera relazione amorosa (Whitty, 2015; 2018; Carter, 2021; Cassandra, Lee, 2022; Suleman et al., 2023). Il saggio vuole riflettere, quindi, sulla dinamica online da un punto di vista socio-criminologico, partendo dalle teorizzazioni sul tema per arrivare alle più recenti ed attuali implicazioni del fenomeno con particolare attenzione alle dinamiche emotive sottese ed emergenti.

Résumé

Dans la société actuelle, l'amour devient un moyen de s'échapper de la solitude et objet de relations virtuelles dans les relations "humaines" qui, notamment, sont déjà très complexes pour la dynamique amoureuse, mais sont devenu encore plus complexité après l'expérience SARS-CoV-2. Cette « sensibilité émotionnelle » (Condorelli, 2021) correspond, dans le débat plus large, actuel et renouvelé, à la relation affective d'une nature amoureuse qui, depuis l'espace individuel doté de caractéristiques tangibles, se révèle sur la scène de l'extimité (Tisseron, 2011; Stanton et al., 2016). En effet, selon la Police Postale italienne, en 2021, il y a une augmentation de +118% des escroqueries amoureuses (Polizia Postale, 2022). Parmi ces risques criminels, on retrouve le *Romance Scam* (*Love Scam* ou encore appelé *sweetheart swindles* – fraude sentimentale) dans lequel un utilisateur est attiré par des fraudeurs qui utilisent une identité fautive ou volée dans les réseaux sociaux afin d'extorquer, d'escroquer ou de faire exposer la victime qui croit de vivre une véritable relation amoureuse (Whitty, 2015; 2018; Carter, 2021; Cassandra, Lee, 2022; Suleman et al., 2023). Cet article veut donc réfléchir sur ces dynamiques selon le point de vue de la socio-criminologie, à partir de la théorie pour arriver à les plus récentes implications, en se concentrant particulièrement sur la détresse et les conséquences émotionnelle émergentes.

Abstract

In today's society, love becomes an escape from loneliness and an object of digital relationships that often seem to replace "human" relationships in an already very complex sentimental dynamic, but even more complex after the experience of SARS-CoV-2. Such "emotional sensitivity" (Condorelli, 2021) is part of the broader, current, and renewed debate on the affective bond of the love type that, from the individual space with tangible characteristics, is manifested on the stage of online estimity (Tisseron, 2011; Stanton et al., 2016). Indeed, according to the Postal Police in 2021, there was +118% of sentimental scams in Italy (Polizia Postale, 2022). In particular, among these dangers, there is the Romance Scam (Love Scam or also known as sweetheart swindles), as to say a criminal practice in which a user is lured by scammers who use a fake or stolen identity on social networks in order to extort, scam or blackmail the victim who believes they are experiencing a real love relationship (Whitty, 2015; 2018; Carter, 2021; Cassandra, Lee, 2022; Suleman et al., 2023). Therefore, the essay aims to reflect on the online dynamic from a socio-criminological point of view, starting from the theories to arriving at the

* Ricercatrice a tempo determinato ai sensi dell'art. 24 c.3-a L. 240/10, settore scientifico-disciplinare SPS/07 (Sociologia generale), Dipartimento di Economia, Università degli Studi del Molise.

* Professore di I fascia, settore scientifico-disciplinare SPS/12 (Sociologia giuridica, della devianza e mutamento sociale), Dipartimento di Diritto, Economia, Management e Metodi Quantitativi, Università degli Studi del Sannio.

most recent and current implications of the phenomenon with particular attention to the underlying and emerging emotional dynamics.

Key words: romance scam; love scam; amore; emozioni; dating online.

1. Introduzione

Viviamo in una società altamente tecnologica nella quale le attività umane, la maggior parte se non tutte, sono scandite dall'uso dei dispositivi digitali in termini di Internet, app e piattaforme social. A dirlo, anche i dati più recenti su scala globale: nel mondo, infatti, negli ultimi 10 anni, gli utenti dei social network sono triplicati, passando da 1,48 miliardi nel 2012 a 4,62 miliardi a gennaio 2022, con un aumento anche delle ore trascorse in rete (+1,4% del tempo totale passato online). In Italia (a febbraio 2022), le persone che hanno una connessione ad Internet sono pari a 51 milioni (+1,7%) e quelle che sono attive sulle piattaforme social oltre 43 milioni (+5,4%) (We are Social, 2023). Posseggono, inoltre, almeno uno smartphone, il 97,3% della popolazione mentre possiedono un computer desktop o laptop, oltre il 75%. Più del 46% si intrattiene, invece, online con amici e familiari e molti, il 46%, spendono il proprio tempo libero nell'ambiente virtuale. Questi dati, sebbene indicativi e di certo non esaustivi, mostrano quanto sia pervasivo l'uso dei dispositivi tecnologici che, se non usati adeguatamente, possono diventare un vero e proprio strumento di devianza e criminalità. Sono cresciuti del 21% (2022), parimenti, gli attacchi informatici nel mondo mentre in Italia si sono registrati un più 138% di *cyber attacks* di diversa tipologia. Si tratta dei cosiddetti cybercrime che, da una parte, rappresentano l'estensione e l'amplificazione dei reati tradizionali ma perpetuati nel mondo digitale, dall'altra, essi includono nuovi agiti illegali connessi alle possibilità e alle caratteristiche della rete stessa. Secondo Von

Cranach e Harrè, in particolare, «il computer crime può essere considerato in termini di azione illegale commessa da un attore sociale, con una determinata tecnica e con uno scopo definito» (Von Cranach, Harrè, 1990:26). Fra questi, proprio il *Romance Scam* oggetto della trattazione, inteso come l'insieme di quelle «*relationships constructed through websites for the purpose of deceiving unsuspecting victims in order to extort money from them*» (Whitty, Buchanan 2012, pp. 181–183). Agiti che possono essere di diversa classificazione e matrice, ma che sono accomunati da alcune delle principali peculiarità della rete, con particolare riferimento alla comunicazione “onlife” (Floridi, 2015). Vale la pena sottolineare, infatti, che oggi viviamo in un'epoca in cui la dimensione reale e la dimensione virtuale si intrecciano al punto da non definirne più i confini, da non poter circoscrivere nettamente ciò che è reale da ciò che non lo è, e viceversa. È, d'altra parte, la sperimentazione del Metaverso, un mondo universale e immersivo dove poter svolgere diverse attività quotidiane. A questa lettura omnicomprensiva, è doveroso aggiungere le caratteristiche specifiche che (ancora) connotano l'online: si pensi all'annullamento dei confini spaziotemporali che diventano dimensioni compresse e ridefinite in contesti altri, molteplici, fluidi, sempre in divenire. Lo spazio ed il tempo, cioè, consentono una comunicazione (e come si vedrà anche una relazione) immediata e diretta dove gli utenti possono essere facilmente raggiungibili e dove sono, di fatto, raggiunti. Inoltre, le persone possono iniziare a scambiare una serie di contenuti, non solo messaggi testuali ma anche video, emoticon, meme

e foto (la cui lunghezza, sempre più breve, dipende dal social network o dalla piattaforma, anche in 3D), che riducono la distanza fisica o, comunque, cercano di attenuarla investendo nella dimensione emotiva. I dispositivi digitali, se è vero che rappresentano dei “dispositivi di mediazione” (Mininni, 2004; Riva, 2008) per antonomasia in quanto si pongono come medium comunicativo fra gli interlocutori, è vero, allo stesso tempo, che consentono la ricerca infinita di nuove relazioni sociali, in una dinamica sentimentale sperimentata (almeno in apparenza) come profonda e reale (D’Ambrosio, 2019). Il contesto virtuale, all’inizio, può essere percepito come luogo di simulazione ma, con l’instaurarsi di rapporti di fiducia fra gli utenti, diventa vero e proprio luogo relazionale intenso nel quale la percezione di invisibilità, via via, viene meno. In effetti, anche il feedback non tangibile quale altra caratteristica della rete, ossia l’impossibilità di vedere immediatamente le reazioni della persona con la quale si comunica, si appiattisce se il rapporto viene alimentato in maniera costante, densa e lenta e viene intervallato dalla condivisione di contenuti visuali e a carattere vocale, spesso nella sintesi fra queste due modalità. Fra gli ulteriori elementi caratterizzanti l’online vi è la percezione che non vi siano regole di condotta da rispettare (Livingstone, 2010) e che ci si possa facilmente “disimpegnare a livello morale” (Bandura et. al., 1996). Il rischio è che non solo tutto sia ammesso, ma anche che una fra le parti in gioco si possa deresponsabilizzare rispetto alle conseguenze eventuali legate alla condotta illecita; inoltre, è molto facile che si possa considerare l’interlocutore strumento e oggetto privo di ogni elemento umano. Le piattaforme digitali consentono di sperimentare identità multiple che permettono, in un’ottica potenzialmente infinita, di assumere ruoli e

personalità diverse utili al raggiungimento dell’obiettivo criminale. Non si esclude che si possano rubare profili già esistenti per poterne fare un utilizzo illegale. Infine, ma non meno importanti, sono gli squilibri di potere fra persone che comunicano online sia perché gli utenti coinvolti possono non essere in maniera eguale competenti da un punto di vista tecnico (Parra-López et al., 2012) sia perché la dinamica relazionale può prevedere lo sbilanciamento di interesse, di coinvolgimento e di spinta sentimentale insieme alla differenza fra personalità coinvolte. È, allora, importante partire dalla riflessione su tutti questi aspetti intersecanti e complessi che riguardano le tecnologie digitali e la rete per potersi soffermare sulla dinamica socio-criminologica del Romance Scam quale oggetto centrale della trattazione.

2. L’amore nei contesti relazionali fra realtà e digitale: l’analisi socio-criminologica del *Romance Scam*

2.1 Le relazioni amorose ai tempi delle tecnologie digitali.

Le tecnologie digitali sono al centro della comunicazione e delle relazioni sociali e si caratterizzano per aspetti che riguardano non solo una dimensione tecnica ma anche e soprattutto una dimensione sentimentale. Tutti i rapporti umani, anche se instaurati online, presentano connotazioni altamente emotive. Lo stesso avvento della scienza tecnologica, di fatto, rimescola elementi e significati attribuiti ai sentimenti e alle emozioni e, in particolare, all’amore; è bene parlare, proprio per questo, di una vera e propria “tecnologia delle emozioni” (o “internet delle emozioni”) che fa da sfondo anche alle azioni criminali che, nel cyberspazio, possono essere veicolate in nome dell’“amore” o di altri affetti. Va sottolineato che le

emozioni e i sentimenti, da un punto di vista sociologico, sono elementi che consentono di osservare e comprendere il sociale in tutte le sue forme, non solo nelle manifestazioni individuali o di coppia: si tratta di dinamiche della società, delle interazioni fra persone e di strutture istituzionali (Cerulo in Hochschild, 2013, pp.13-14). In tal senso, i momenti ad alta connotazione ed intensità emotiva possono spiegare certi comportamenti o determinati pensieri (Hochschild, 2006, pp. 71-72): è il caso dell'innamoramento, inteso come «lo stato nascente di un movimento collettivo a due» (Alberoni, 2003), e dell'amore inteso come relazione sociale (Donati, 1991; 2011). Invero, i profondi cambiamenti storico-sociali, culturali, economici e tecnologici e le differenti tipologie di crisi che l'umano contemporaneo sta vivendo, impongono una riflessione meno romantica della relazione e più pragmatica: l'amore, oggi, è anche metafora della continua contrattazione (Giddens, 1995); l'amore, oggi, è anche "liquido" (Bauman, 1999). All'opposto della visione fornitaci dal Romanticismo, pertanto, esiste una dimensione amorosa che comprende una forte e pervasiva commercializzazione delle emozioni in tutte le sue manifestazioni (Hochschild, 2006); la mercificazione delle emozioni, ivi compreso l'amore, è frutto dalla società dei consumi che rimette in discussione la vita relazionale in virtù delle ragioni del mercato dal carattere propriamente strumentale (Weber, 1922). Il soggetto nella relazione amorosa può essere mosso, cioè, dal mero interesse individuale che consente a lui/lei di soddisfare i propri bisogni e raggiungere ricchezze, denaro, successo anche a discapito dell'altro/a: quest'ultimo/a può diventare strumento e ingranaggio nel meccanismo di "produzione e servizi" delle emozioni (Hochschild, 2006). Si tratta, quindi, di sperimentare nuove modalità relazionali

che consentono, grazie agli strumenti digitali, di non "rimanere soli" (Turkle, 2011) nella spinta romantica che si può rilevare illusoria. Le app dedicate agli incontri, in effetti, incarnano quel «processo di 'piattaformizzazione' delle relazioni romantiche» (Bandinelli, Gandini, 2022), dove i meccanismi relazionali a connotazione amorosa producono e plasmano le intere strutture sociali (Van Dijck, 2013; Van Dijck, J., et al., 2018) dando vita a nuove forme di interazione sociale, di sentimenti amorosi e di romanticismo (Coluccia et al., 2020). Si moltiplicano sulle app e i social network, in altri termini, le possibilità di esposizione al rischio (Cross, 2020). Le piattaforme di *dating* sono state usate dal 28% degli italiani per almeno una volta (2021), anche da giovani adulti (Morris, 2021; Arnett, 2000), e diversi sono i motivi generali: la facilità di utilizzo, la possibilità di scambiare facilmente messaggi, di vedere i profili degli altri utenti (in particolare, le foto e le informazioni riguardanti), di conoscere molte persone e di fare conoscenza con quelle che hanno caratteristiche comuni o specifiche. Insieme all'algoritmo che consente di fare matching fra gli utenti, e di scegliere il partner con facilità, bloccando chi non piace più e passando al prossimo utente. Gatter e Hodkinson (2016) hanno cercato di comprendere, invero, quali siano le principali ragioni che portano le persone ad usare app di dating arrivando alla conclusione che non vi è l'esclusiva possibilità di fare nuovi incontri, ma anche quella di ricercare divertimento e partner occasionali con cui intrattenere relazioni a carattere sessuale con l'opportunità di ricercare rapporti romantici. Quindi, un quadro complesso (Gualtieri et. al., 2020) che vede logiche differenti, di carattere tecnologico e socio-criminologico, ivi comprese quelle che richiamano l'appartenenza al gruppo, la

spinta originaria verso la socialità e le nuove modalità di trarre benefici in maniera illecita. Il crimine, d'altra parte, si adatta al mutare della società e delle nuove esigenze relazionali, come del caso delle frodi amorose.

2.2 Manifestazioni, caratteristiche e fenomenologia del Romance Scam.

Secondo la Polizia Postale e delle Comunicazioni, in Italia, nel 2022: “le truffe romantiche sono spesso sommerse, ma, ciò nonostante, sono protagoniste di 442 casi (di cui 4 ai danni di minori). Le persone denunciate sono 103. Il coinvolgimento emotivo delle vittime le induce a non denunciare. I casi di Codice rosso, che hanno richiesto un intervento della Polizia postale, sono 15”.

Un fenomeno, quindi, che è ben presente e che riguarda la lettura di molteplici variabili, comportamenti e dinamiche. Lo sfondo è la relazione sentimentale che viene ad essere ricercata dall'utente, per lo più di genere femminile, in una dimensione di affetto crescente (Whitty, 2013; 2015; 2018; Coluccia et al., 2020; Chuang, 2021). Il romance scam è, quindi, una “nuova” tipologia di frode online (Whitty 2013) e «*occur when a criminal adopts a fake online identity to gain a victim's affection and trust. The scammer then uses the illusion of a romantic or close relationship to manipulate and/or steal from the victims*» (FBI, 2023). E, ancora, il fenomeno designa: «*...as one type of consumer scam which involves initiating a false relationship through online dating websites, social websites or via email where the aim is clearly to defraud the victims*» (Budd, Anderson 2011, p. 13). La frode amorosa, quindi, riguarda almeno due attori in gioco nella relazione: l'adescatore e la vittima. Il criminale, tramite la creazione di un'identità falsa o il furto di quest'ultima, per lo più su siti di incontri o altri social network (Whitty, 2013), intenzionalmente instaura una relazione di fiducia, empatica e

manipolativa con la vittima la quale viene, nel corso e alla fine del rapporto, truffata (Ibidem). Invero, la persona viene ad essere derubata in quella che lei considera una vera e propria relazione autentica (Cross et al., 2018). Non meno importante, in coerenza, è la ricerca di una identità appetibile che il criminale individua in maniera accurata: per lo più, vengono scelte professionalità militari (Cross, Holt, 2021) o di alto profilo sociale quali, per esempio, il medico o l'avvocato insieme alla condizione familiare dove egli dice di essere vedovo con o senza figli. Si tratta sempre di persone di bell'aspetto e ben presentate (Gualtieri et., al., 2020, p. 111).

Gli attuali studi criminologici (Budd, Anderson, 2009; Cukier et al., 2007; Whitty, 2015; 2018; Carter, 2021; Cassandra, Lee, 2022; Suleman et al., 2023) concordano sulla seguente macro-impostazione dell'*acting out* criminale del *romance scam*: il criminale, spesso, ha un'identità falsa o rubata (1. fase del profilo); egli adesca la vittima e comunica con lei per un periodo di tempo lungo o molto lungo (2. fase dell'adescamento); infine, accertatosi dello stato di innamoramento nel quale è la vittima, le chiede soldi e la minaccia (3. Fase dello “*sting*”, letteralmente “puntura”, intesa come azione delittuosa finale tramite il ricatto, la minaccia e la richiesta estorsiva di denaro o beni) (Whitty, 2015).

Secondo Coluccia (et. al., 2020), la dinamica si compone dell'elemento incontro (immaginato, sperato, idealizzato e mai concreto): il primo step, viene definito “grooming” ossia dell'adescamento che si traduce in un primo contatto fra truffatore (*scammer*) e vittima potenziale della durata di circa 6-8 mesi, periodo nel quale la comunicazione riguarda valori, hobby e interessi comuni per arrivare al culmine tramite dichiarazioni appassionate (Ibidem). Da qui, l'adescatore inizia solo a palesare la volontà di incontrarsi fisicamente; circostanza che non

accadrà mai e che verrà sempre rimandata a causa di improvvise circostanze (malattia, incidenti, ecc.) e gravi problemi. Proprio in questa fase, il truffatore chiederà denaro, prima in piccole somme, poi in quote di denaro più alte (Budd, Anderson, 2011; Drew, Cross, 2013; Buchanan, Whitty, 2014). Infine, due sono i possibili epiloghi della dinamica: un primo scenario, indica che la vittima, accortasi delle richieste immotivate, decide di terminare la relazione mentre il criminale può avanzare la richiesta di foto e video intimi che può eventualmente usare come arma di ricatto ed estorsione (Powell, Henry, 2017); un secondo scenario, invece, nel quale la vittima continua la liaison nonostante le paure e i dubbi che, al contrario, cerca di minimizzare e di neutralizzare (Sykes, Matza, 1957; Agnew, 1985; 1994; Rege, 2009). Si tratta, pertanto, di una vera e propria frode che implica l'utilizzo strumentale delle emozioni, del legame e della comunicazione con la vittima, insieme all'uso strategico di menzogne e di comportamenti totalmente manipolatori (Fletcher, 2007; Cross, 2020; 2022): il truffatore cerca di instaurare una comunicazione costante con la persona designata tramite diversi dispositivi digitali, possibilità mediatiche (messaggi istantanei su diversi social network, chiamate, video-chiamate, ecc.) (Cross et al., 2016) e scambio di differenti contenuti (foto, video, emoticons, emoji, link a risorse esterne, ecc.); tale scambio, parte dalle prime ore della mattina e continua tutto il giorno, inclusa la notte. L'offender vuole insinuare, così facendo, non solo che la comunicazione sia concreta, ma che sia la relazione ad essere reale, veritiera e "genuina" (Cross, 2020) anche se non c'è mai stato un incontro dal vivo. Questa dinamica pervasiva, che richiama elementi di idealizzazione della persona, diventa totalizzante a tal punto che la vittima non

riesce a vivere la sua vita appieno, nelle azioni quotidiane o programmate sul lungo periodo (Cross et al., 2016). L'idealizzazione dell'interlocutore che soprattutto on line può fornire informazioni irreali, falsificandole come nel caso del romance scam è, infatti, un potente strumento relazionale che poggia le basi sulla fiducia che viene creata ad hoc con la persona – bersaglio della frode al fine di tenere ancora più saldo il "sentimento". In coerenza, molte vittime sostengono che la vera questione problematica da affrontare, per loro con fatica, sia proprio la perdita della relazione e non il danno economico, anche ingente (Whitty, Buchanan, 2016). Nelle truffe amorose, pertanto, alla base dell'agito criminale c'è l'adescamento di tipo intenzionale e manipolatorio che comprende vere e proprie tecniche di abuso psicologico (Cross, et. a., 2018): la strumentalizzazione e il controllo messa in atto dal truffatore verso la vittima, infatti, è quella di isolare quest'ultima dalla famiglia e dalla rete amicale, ponendola in un ruolo totalmente subalterno, privo di potere decisionale e alterato rispetto alla realtà. Sembra riecheggiare la teoria della frustrazione strutturale di Merton (1938): nel *romance scam*, in un contesto relazionale quale quello delle app di incontri o dei social network, il truffatore si inventa o si appropria di una identità portando avanti un copione (Goffman, 1969a; 1969b) che gli consentirà di carpire, in maniera insidiosa, la fiducia della vittima con la volontà espressa e chiara di frodarla. Egli arriva, cioè, con mezzi legittimi (le app) e illegittimi (furto di identità eventuale) ad una meta, il denaro, che altrimenti non sarebbe facilmente raggiungibile. Non meno importante, l'oggettificazione della persona (Finkel et al., 2012) che diventa cosa della quale disporre per raggiungere scopi puramente egoistici. È una modalità di adattamento utilitaristico al contesto

societario altamente tecnologico di riferimento, dove le opportunità di attuare azioni criminali sono infinite proprio come il cyberspazio. La dinamica, molto complessa, si poggia sulla fiducia relazionale, sulle interazioni e sulla ricerca di sentimenti ed emozioni nonché sul bisogno di essere amati, temi centrali nella riflessione socio-criminologica sia classica sia moderna – contemporanea che richiama l’impatto, la pervasività della tecnologia e l’uso dei media digitali le cui caratteristiche sono specifiche e vanno analizzate negli agiti devianti oggetto della trattazione.

2.3 La condizione di solitudine quale una fra le variabili sociali nel Romance Scam. Possibili interpretazioni.

Da sempre, l’uomo è considerato un “animale sociale”. Un ruolo che lo definisce anche nella sua identità sociale. È altresì vero che, soprattutto nella società contemporanea, tale condizione viene a ridimensionarsi: i legami si sfaldano, le relazioni sociali spesso sono strumentali e consumistiche, vi è l’imperare dell’individualismo e della fuggevolezza degli affetti, nella compressione spazio-temporale che ingloba tutte le attività quotidiane. Si sperimenta, quindi, la solitudine ossia quello stato di *«subjective feeling defined as an unmet need in terms of quantity or quality of social interactions. Being lonely is a negative feeling, conceptually distinct from being alone»* (Berlingieri, et al., 2023, p. 1). Secondo un recente dossier della Commissione Europea, nel 2022, “i sentimenti di solitudine sono legati alla dimensione e alla qualità delle relazioni sociali, ai principali eventi della vita insieme ad altri fattori importanti. Più di un terzo degli intervistati si sentiva solo almeno qualche volta e il 13% si sentiva solo per la maggior parte del tempo. La prevalenza della solitudine diminuisce con l’aumento dell’età, del reddito e dell’istruzione. Le persone che vivono

eventi importanti della vita come la separazione, la perdita del lavoro o la fine degli studi sono più spesso sole” (Ibidem). Queste importanti risultanze dimostrano quanto sia indispensabile ragionare sul fenomeno criminale delle truffe amorose in una dimensione globale e personale della solitudine, in un incastro, cioè, fra variabili e profili generali e individuali che possono più o meno caratterizzare ed impattare sull’agito delittuoso. La separazione, il divorzio, e altri eventi traumatici di passaggio (perdita di lavoro, ad esempio), possono rappresentare, come descritto, dei momenti nei quali la persona può sperimentare dei vuoti, delle mancanze che può tentare di colmare con la ricerca di relazioni online. Come riportato da Archer (2017), lo stesso truffatore va alla ricerca mirata di profili di potenziali vittime utilizzando queste motivazioni e facendo leva sulla relazione adducendo elementi di fragilità personale vissuta (inventati). È solo, però, un mero palliativo per la persona perché esiste una conclamata correlazione, oltretutto, fra l’uso eccessivo dei siti di social network e i sentimenti di solitudine (Berlingieri, et al., 2023) . La solitudine, quindi, è una questione sociale che richiama elementi molteplici, tra i quali vi è l’uso dei dispositivi tecnologici. Nel caso delle frodi amorose, nello specifico, oltre l’uso dello strumento digitale e le caratteristiche generali ben evidenziate in precedenza, è bene focalizzare l’attenzione sulla dimensione emotiva della solitudine: invero, le persone che si sentono sole e/o sperimentano una condizione di solitudine, insieme ad una situazione di fragilità sopraggiunta o già vissuta, sono più vulnerabili alle truffe amorose. Come ricordano ancora gli studiosi Lawson e Leck (2006), esiste una conclamata relazione fra solitudine e frodi amorose, anzi, proprio la condizione di sentirsi soli rappresenta al contempo

un fattore predisponente al rischio frodi. E, in coerenza, pare si sia più disposti a condividere online informazioni personali quando si sperimenta una situazione di isolamento relazionale rispetto a legami più forti e duraturi (Al-Saggaf, Nielsen, 2014). In coerenza, durante l'isolamento sociale a causa del Sars-Cov-2, il crimine stesso si è ridimensionato nell'azione predatoria e pragmatica quotidiana (Cohen, Felson, 1979; Felson, Eckert, 2020) per spostarsi nel mondo digitale (Chin, Robison, 2020). I criminali online hanno colto le paure, l'ansia e incertezza per il futuro e le vulnerabilità delle persone legate al momento storico-sociale, facendo leva proprio sui sentimenti di solitudine e di insicurezza (Collier, et. al., 2020). A dimostrarlo anche una ricerca condotta in Inghilterra nel 2020 da Buil-Gil, e Zeng (2022), secondo la quale vi è stato un reale aumento durante la pandemia del romance scam in relazione alla solitudine. Ci sono da sottolineare, al contempo, due fenomeni opposti, almeno in apparenza, al love scam, ma che sono comunque da attenzionare nell'ambito del fenomeno delle frodi amorose online nel loro complesso: da un lato, coloro che non avevano mai usato app e siti di incontri hanno ceduto a tale pratica, ricercando quella relazione non possibile nel contesto pragmatico (Portolan, McAlister, 2022); dall'altro, è emerso il cosiddetto “*jagged love*” (letteralmente “amore frastagliato”) ossia «*participants turned to dating apps desperately seeking the security offered by the romantic masterplot; swiped, matched, and sent direct messages (DMs) in large numbers; became ambivalent and/or lost faith in the apps as a means by which they could embody the masterplot; deleted the apps; experienced loneliness; and returned quickly to the apps to repeat the cycle*» (Ibidem, cit. p. 355). In altre parole, nel periodo di isolamento sociale, gli utenti hanno utilizzato fortemente le app di dating nella ricerca

dell'amore corrisposto pur, tuttavia, provando dei sentimenti ambivalenti quando questi venivano delusi dall'interlocutore, al punto da disinstallare e reinstallare l'app di incontri. In un circuito a metà fra la presenza e l'assenza, “razionale ed emotiva” online, di una “devianza emozionale” (Thoits, 1990) che può indurre gli utenti a credere nell'amore online, nella profonda ricerca di un partner che diventa soggetto di amore anche se le richieste che possono essere palesate sono distorsive e criminali. Il truffatore fa leva su questi elementi razional-sentimentali discordanti, irretendo la vittima e facendole credere di essere realmente amata, tenendola legata a sé e ricattandola.

3. Le conseguenze sulle vittime del Romance Scam e l'attribuzione sociale della vergogna

Molte, articolate ed impattanti sono le conseguenze sulle vittime del *romance scam*. A fare da sfondo al crimine, i ruoli di genere e gli stereotipi che vedono le donne quali principali soggetti della truffa in quella che viene definita “doppia vittimizzazione” (*'double hit'*; Cross, 2021). Non solo, infatti, le donne devono gestire la perdita monetaria e gli eventuali ricatti conseguenti, ma anche e soprattutto elaborare il lutto per la fine della relazione ingannevole (Whitty, Buchanan, 2012): le vittime, quindi, sperimentano emozioni contrastanti, sofferenza psicologica e subiscono traumi complessi che incidono sulla sfera globale del loro benessere, arrivando anche all'ideazione suicidaria (Cross, Kelly, 2016). In particolare, Whitty (2018) parla più propriamente di “*double whammy*” (letteralmente “doppio colpo”) ad intendere la perdita dell'oggetto dell'amore, la persona idealizzata ma “conosciuta” in contesto online e, al contempo, le somme di denaro inviate, provando sensazioni intense. Invero, le donne provano emozioni discordanti quando

scoprono il crimine, quali shock, vergogna o rabbia e vivono l'abuso come vero e proprio "stupro emotivo" (Whitty, 2018). Viene provato anche un forte senso di colpa, disgusto verso sé stessi e il truffatore in una diffusa perdita di fiducia verso gli altri. Soprattutto nel momento iniziale della conoscenza della realtà, le vittime possono provare ancora un forte attaccamento verso l'impostore e quasi mantenere la relazione, adducendo spiegazioni consolatorie frutto del rapporto profondo di manipolazione e controllo. Secondo Buchanan e Whitty (2014), in coerenza, sono più a rischio quelle donne che vivono l'amore come credenza romantica e che idealizzano le persone e le relazioni amorose; inoltre, sono più esposte quelle che sono aperte ed estroverse ma che sperimentano la solitudine. Per Whitty (2018), le vittime di *romance scam* sono le donne di mezza età, con un elevato livello di istruzione, con tratti di personalità maggiori di impulsività, affidabilità-gentilezza, ricerca di emozioni forti (*sensation seeking*) e che sono predisposte alla dipendenza emotiva. Le vittime di *romance scam* sono, in effetti, più vulnerabili al rischio di essere vittimizzate ulteriormente (Button, Cross, 2017) e, in molti casi, si può verificare una doppia truffa: anche quando lo *scammer* viene messo nelle condizioni di dire la verità, ossia di aver truffato la vittima, poi può inventarsi di essersi realmente innamorato, facendo ricadere la vittima nella sua rete; o ancora, fa credere di aver coinvolto un terzo individuo che si pone come mediatore per far recuperare i soldi persi (Whitty, Buchanan, 2012a; 2012b). Alcune vittime, dopo aver condiviso con il truffatore informazioni personali, si sono trovate a cambiare casa perché non si sentivano più al sicuro (Cross et al., 2016) e comunque hanno modificato la sfera dei loro comportamenti in contesto reale. Invero, molto interessante è la

ricerca di Tran et al. (2019), secondo cui esiste una relazione stretta fra l'uso di app di appuntamenti e i disturbi alimentari, in una dimensione di fattori di rischio più alti fra coloro che fanno ricorso alle relazioni online e, in coerenza, lo studio di Blake, et al. (2022): la centralità di fornire un'immagine fisica attraente può comportare una crescente insoddisfazione corporea e l'insorgenza di disturbi della condotta alimentare legata alla pressione dei social network dedicato agli incontri. Soprattutto per le vittime di genere femminile che provano «la sensazione di essere cambiati come persona e nelle relazioni con gli altri» (Gualtieri, et. al., 2020:117) e di non poter agire sulla pianificazione del loro futuro. Nel complesso, dunque, le donne possono sentire un forte, profondo e diffuso senso di vergogna per ciò che è loro successo immaginando che quel tipo di esperienza sia stata meritata in qualche modo: in altre parole, che si siano meritato quanto accaduto (Cross, 2015). E, altresì, si avvia un processo di auto-colpevolizzazione che fa assumere alle vittime la colpa, in un circuito che ha conseguenze sulla ricerca di aiuto dagli altri, familiari e amici, e dalle istituzioni (Ibidem). Vengono, in questo modo, messe anche in pericolo le (possibili) strategie di coping (Ibidem). Tutto questo, da un lato, si può tradurre in "*victim blaming*", intesa come la rivelazione ad una platea pubblica (e se online, potenzialmente infinita) del comportamento emotivo, relazionale e sessuale della persona al fine di svalutarla e di imporre un giudizio negativo; dall'altro, di vittimizzazione secondaria che si verifica quando sono le agenzie deputate al controllo e all'aiuto a mettere in atto comportamenti giudicanti e non totalmente comprensivi. La reazione e il sistema di risposta sociale ed istituzionale a questo tipo di crimine è, spesso e infatti, quella di stigmatizzare (Goffman, 1963) le

vittime di love scam che avranno, presumibilmente, una reputazione ed una credibilità “onlife” rovinata o comunque compromessa. Soprattutto se nella dinamica criminale vi è stato lo scambio di materiale e contenuto intimo a scopo ricattatorio (Cross, Layt, 2021).

Una società che, dunque, attraverso processi di etichettamento, produce una deresponsabilizzazione verso la condotta aggressiva e il disimpegno morale (Bandura, 1986; 1990) nelle forme specifiche della giustificazione morale che legittima la condotta maltrattante sottoponendola a principi morali superiori e/o scopi altri (il carnefice trova delle motivazioni plausibili al suo agito); dell’attribuzione di colpa o biasimo (la vittima è la causa stessa dell’azione che essa ha subito) e, quindi, della distorsione delle conseguenze, insieme alla deumanizzazione delle donne che diventano non-persone ma oggetto di cui disporre per le finalità criminali descritte.

4. Conclusioni

Il fenomeno del *romance scam* richiede una lettura multilivello ed integrata perché si tratta di un’azione criminale “onlife” (Floridi, 2015) dalle implicazioni e dalle conseguenze molteplici, di tipo psico-sociale ed economico. Già, “solo” perché esiste una commistione fra reale e virtuale, dove le dimensioni si “annullano”, poiché nella società post-pandemica, ancor di più, si risente della solitudine e perché vi è l’utilizzo dell’altro a scopi puramente strumentali. Va sottolineato, infatti, che se è vero che vi è una rinnovata attenzione sociologica verso l’Homo Sentiens è pur reale che, oggi, si assiste ad un uso e ad un’alternazione delle emozioni e dei sentimenti quali possibilità per ottenere la felicità (propria) in modo “deviante”. L’altro, spesso, diventa oggetto di cui poter disporre e le emozioni diventano prodotti

e vengono commercializzate (Hochschild, 2006) al pari di beni “economici”, soprattutto in tempi di crisi. Inoltre, vanno segnalati gli habitus (Bourdieu, 1998) che vengono tramandati e riprodotti nel contesto societario, culturale e non, attuale.

Il *romance scam* è, cioè, un agito criminale che patisce anche gli effetti provocati dai pregiudizi e dagli stereotipi verso le donne che vengono trasmessi e riprodotti culturalmente, insieme alle dinamiche di dominio e manipolazione delle emozioni che impattano sul ben-essere globale delle vittime (e non solo). In tal senso, bisognerebbe lavorare per eliminare lo stigma, la vergogna e l’attribuzione della colpa (Cross, 2021) verso quest’ultime in quanto i motivi della loro reticenza alla denuncia si rintracciano a partire e con la reazione sociale giudicante che le vittimizza doppiamente. Lavorare, quindi, con le reti di prossimità familiare e amicale per non far sentire la solitudine e per supportare le vittime, insieme ad un rinnovato ruolo del III settore che può divenire, nelle sue diverse sfaccettature, “luogo” relazionale. Sviluppare, in altri termini, il senso di comunità e appartenenza che può incidere quale fattore protettivo dall’isolamento sociale.

È auspicabile che vi sia, infatti, una presa in carico globale che veda l’attivazione di una rete istituzionale, ossia giuridico e socio-sanitaria integrata, in modo da sostenere le vittime e, al contempo, adoperarsi per la prevenzione fin dall’infanzia, che consideri le relazioni sociali nelle loro caratteristiche on e off line. In questo modo, sarebbe possibile lavorare per e con la sicurezza e l’emancipazione delle persone grazie al rinascimento e alla gestione delle emozioni. Si tratterebbe di implementare un vero e proprio lavoro e management emotivo alla base dell’interazione sociale (Hochschild, 1979). Non solo, quindi,

risulterebbe centrale approfondire il fenomeno delle frodi amorose, tramite un approccio sociologico giuridico e delle emozioni integrato, studiarne le dinamiche specifiche e le possibili nuove ed emergenti manifestazioni, ma anche e soprattutto lavorare sulla prevenzione, attuando interventi di sensibilizzazione trasversale in tutta la società umana e digitale.

Bibliografia.

- Agnew, R. (1985). A revised strain theory of delinquency, in *Social forces*, 64(1), pp. 151-167.
- Agnew, R. (1994). The techniques of neutralization and violence, in *Criminology*, 32(4), pp. 555-580.
- Alberoni, F. (1979). *Innamoramento e amore*, Garzanti: Milano.
- Alberoni, F., (2003). *Il mistero dell'innamoramento*, Rizzoli: Milano.
- Al-Saggaf, Y., Nielsen, S. (2014), Self-disclosure on Facebook among female users and its relationship to feelings of loneliness, in *Computers in Human Behavior*, Vol. 36, pp. 460-468. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.04.014>
- Archer, A. K. (2017). “I made a choice”: Exploring the persuasion tactics used by online romance scammers in light of Cialdini’s compliance principles. Link all’articolo <https://epublications.regis.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1>
- Arnett, J. (2000). Emerging adulthood: a theory of development from the late teens through the twenties, in *American Psychologist*, 55(5), pp. 469–480. DOI: <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>
- Bandinelli, C., & Gandini, A. (2022). Dating Apps: The Uncertainty of Marketised Love, in *Cultural Sociology*, DOI: 17499755211051559.
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1990). Perceived self-efficacy in the exercise of personal agency, in *Journal of Applied Sport Psychology*, 2(2), 128–163. DOI: <https://doi.org/10.1080/10413209008406426>
- Bauman, Z. (1999). *La società dell'incertezza*, il Mulino: Bologna.
- Berlingieri, F., Colagrossi, M. and Mauri, C., (2023). *Loneliness and social connectedness: insights from a new EU-wide survey*, European Commission, JRC133351.
- Blake, K., Portingale, J., Giles, S. et al. Dating app usage and motivations for dating app usage are associated with increased disordered eating, in *Jour. Eat. Disord.* 10, 186. DOI: <https://doi.org/10.1186/s40337-022-00693-9>
- Bourdieu, P. (1998). *Il dominio maschile*, Feltrinelli: Milano.
- Buchanan, T., Whitty M. T. (2014). The online dating romance scam: causes and consequences of victimhood. *Psychology*, in *Crime & Law*, 20, pp. 261–283.
- Budd, C., Anderson, J. (2009). Consumer fraud in Australasia: Results of the Australasian consumer fraud taskforce online Australia surveys 2008 and 2009, in *Technical and Background*, Paper, 43.
- Budd, C., Anderson, J. (2011). *Consumer Fraud in Australasia: Results of the Australasian Consumer Fraud Taskforce Online Australia Surveys 2008 and 2009*, in Australian Institute of Criminology, 49. In https://www.aic.gov.au/publications/tbp/tbp4_3
- Buil-Gil, D., Zeng, Y. (2022). Meeting you was a fake: Investigating the increase in romance fraud during COVID19, in *Journal of Financial Crime*, 29(2), pp. 460-475. DOI: <https://doi.org/10.1108/JFC-02-2021-0042>
- Button, M., Cross, C. (2017). *Cyberfraud, scams and their victims*. Routledge: London.
- Carter, E. (2021). Distort, extort, deceive and exploit: exploring the inner workings of a romance fraud, in *The British Journal of Criminology*, 61 (2), pp. 283-302. DOI: 10.1093/bjc/azaa072
- Cassandra, C., Murray, L. (2022) Exploring Fear of Crime for Those Targeted by Romance Fraud, in *Victims & Offenders*, 17:5, pp. 735-755, DOI: 10.1080/15564886.2021.2018080
- Chin, C., Robison, M. (2020), *This cuffing season, it's time to consider the privacy of dating apps*, Brookings, available at: <https://www.brookings.edu/blog/techtank/2020/11/20/this-cuffing-season-its-time-to-consider-the-privacy-of-dating-apps/> (accesso del 25 settembre 2023)
- Chuang, J. Y. (2021). Romance Scams: Romantic Imagery and Transcranial Direct Current Stimulation, in *Front Psychiatry*, Oct 11;12, pp. 738-874. DOI: 10.3389/fpsy.2021.738874. PMID: 34707523; PMCID: PMC8542716.
- Cohen, L. E., Felson, M. (1979), Social change and crime rate trends: a routine activity approach, in *American Sociological Review*, Vol. 44,

No. 4, pp. 588-608.
<https://doi.org/10.2307/2094589>

- Collier, B., Horgan, S., Jones, R., Shepherd, L. (2020). *The implications of the COVID-19 pandemic for cybercrime policing in Scotland: A rapid review of the evidence and future considerations*, in The Scottish Institute for Policing Research, Edinburgh, available at: <https://rke.abertay.ac.uk/en/publications/the-implications-of-the-covid-19-pandemic-for-cybercrime-policing> (accesso del 25 settembre 2022).
- Coluccia A, Pozza A, Ferretti F, Carabellese F, Masti A, Gualtieri G. (2020). Online Romance Scams: Relational Dynamics and Psychological Characteristics of the Victims and Scammers. A Scoping Review, in *Clin Pract Epidemiol Ment Health*. Mar 26(16), pp. 24-35. DOI: 10.2174/1745017902016010024. PMID: 32508967; PMCID: PMC7254823.
- Condorelli, R. (2021). Sociologia dell'Intimità e Teoria sistemica. La forma sociale dell'amore dalla solidarietà senza scelta alla solidarietà senza consenso, in *Società Mutamento Politica*, 12(24), pp. 129-142. DOI: 10.36253/smp-13230
- Cross, C. (2015). No laughing matter: Blaming the victim of online fraud, in *International Review of Victimology*, 21(2), pp. 187–204.
- Cross, C. (2020). Romance fraud. In Holt, T. and Bossler, A. (eds.) *Palgrave Handbook of International Cybercrime and Cyberdeviance*, London, UK: Palgrave.
- Cross, C., Dragiewicz, M., Richards, K. (2018). Understanding romance fraud: Insights from domestic violence research, in *British Journal of Criminology*, 58(6), pp. 1303–1322.
- Cross, C., Holt, T. (2021). The use of military profiles in romance fraud schemes, in *Victims and Offenders*, 16(3), pp. 385–406.
- Cross, C., Kelly, M. (2016). The problem of 'white noise': Examining current prevention approaches to online fraud, in *Journal of Financial Crime*, 23(4), pp. 806–828.
- Cross, C. & Layt, R. (2021). "I suspect that the pictures are stolen": Romance fraud, identity crime and responding to suspicions of inauthentic identities, in *Social Science Computer Review*. DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0894439321999311>
- Cross, C., Richards, K., Smith, R. (2016). *Improving the response to online fraud victims: An examination of reporting and support*, in Report to the Criminology Research Advisory Council Grant: CRG 29/13-1429/13-14. Report available at: <https://www.aic.gov.au/sites/default/files/2020-05/29-1314-FinalReport.pdf>
- Cukier, W.L., Nesselroth, E.J., Cody, S. (2007). *Genre, Narrative and the "Nigerian Letter" in Electronic Mail*. In 40th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'07), Hilton Waikoloa Village, Big Island: HICSS Digital Library at IEEE, pp. 70.
- D'Ambrosio, M. (2019). La sociologia delle emozioni e il legame sociale. Ripensare il rapporto "tra umani" nella società tecnologica in *Affettività, sensibilità ed emozioni nel XXI secolo - Culture e Studi del Sociale-CuSSoc*, 4(2): pp. 177-192.
- Donati, P. (1991). *Teoria relazionale della società*, Franco Angeli: Milano.
- Drew, J. & Cross, C. (2013). Fraud and its PREY: Conceptualising social engineering tactics and its impact on financial literacy outcomes, in *Journal of Financial Services Marketing*, 18(3), pp. 188–198.
- Felson, M., Eckert Mary A., (2020). *Crimine e vita quotidiana* (a cura di Barba D., e Tramontano, G.), Franco Angeli: Milano.
- Finkel, E. J., Eastwick, P. W., Karney, B. R., Reis, H. T., & Sprecher, S. (2012). Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science, in *Psychological Science in the Public Interest*, 13(1), pp. 3–66. <http://www.jstor.org/stable/23484637>
- Fletcher, N. (2007). Challenges for regulating financial fraud in cyberspace, in *Journal of Financial Crime*, 14(2), pp. 190–207. DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/13590790710742672>
- Floridi, F. (2015). *The Online Manifesto, Being Human in a Hyperconnected Era*, Springer: Oxford. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-04093-6>
- Gatter, K., Hodkinson, k., (2016). On the differences between Tinder™ versus online dating agencies: Questioning a myth. An exploratory study, in *Cogent Psychology*, 3:1, DOI: 10.1080/23311908.2016.1162414
- Giddens, A., (1995). *La trasformazione dell'intimità. Sessualità, amore ed erotismo nelle società moderne*, trad. it. Delia Tasso, il Mulino: Bologna (ed. orig. *The Transformation of Intimacy. Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*, Polity Press e Blackwell Publishers: Cambridge, 1992).
- Goffman, E (1963). *Stigma. L'identità negata*. Ombre Corte: Milano, 2018.

- Goffman, E. (1969a). *La vita quotidiana come rappresentazione* (1959), trad. di M. Ciacci, il Mulino: Bologna.
- Goffman, E. (1969b). *L'interazione strategica*, il Mulino: Bologna, 2009.
- Gualtieri, G., Ferretti, F., Pozza, A., Carabellese, F., Gusinu, R., Masti, A., Coluccia, A., (2020). Le “online romance scam” (truffe sentimentali via internet). Dinamiche relazionali, profilo psicologico delle vittime e degli autori: una scoping review, in *Rassegna Italiana di Criminologia*, anno XIV, n. 2, pp. 110-119 DOI: 10.7347/RIC-022020-p110
- Hochschild A. R. (1979), Emotion Work, Feeling Rules and Social Structure, in *American Journal of Sociology*, 85, 3, pp. 551-575.
- Hochschild, A. (2006). *Per amore o per denaro. La commercializzazione della vita intima*, il Mulino: Bologna.
- Kopp, C., Sillitoe, J., Gondal, I., & Layton, R. (2016). The online romance scam: A complex two-layer scam. In *Journal of Psychological and Educational Research*, 24(2), 144.
- Lawson, H. E., Leck, K. (2006). Dynamics of Internet dating, in *Social Science Computer Review*, Vol. 24 No. 2, pp.189-208. DOI: <https://doi.org/10.1177/0894439305283402>
- Lazarus, S., Whittaker, J. M., McGuire, M. R., Platt, L. (2023). What do we know about online romance fraud studies? A systematic review of the empirical literature (2000 to 2021), in *Journal of Economic Criminology*, Volume 2. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jeconc.2023.100013>. Article available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2949791423000131>
- McStay, A. (2019a). Emotional AI and EdTech: serving the public good?, in *Learn Media Technol*, 45(3), pp.270–283. DOI: <https://doi.org/10.1080/17439884.2020.1686016>
- Merton, R. K. (1938). Struttura sociale e anomia, in R. K. Merton, *Teoria e struttura sociale*, il Mulino: Bologna, 1959.
- Morris, T., (2023). Dating in 2021: swiping left on COVID-19, *Global Web Index*, data articolo 2 marzo 2021, in <https://blog.gwi.com/chart-of-the-week/online-dating/>(consultato il 25 settembre 2023).
- Parra-López, E., Gutiérrez-Taño, D., Diaz-Armas, R. J., and Bulchand-Gidumal, J. (2012). Travellers 2.0: Motivation, Opportunity and Ability to Use Social Media, in *Social Media in Travel, Tourism and Hospitality: Theory, Practice and Cases*, Ashgate Publication.
- Podoletz, L. (2023). Podoletz, L. We have to talk about emotional AI and crime. *AI & Soc.* 38, pp. 1067–1082. DOI: <https://doi.org/10.1007/s00146-022-01435-w>
- Portolan, L., McAlister, J. (2022). Jagged Love: Narratives of Romance on Dating Apps during COVID-19, in *Sexuality & Culture*, 26(1), pp. 354–372. DOI: 10.1007/s12119-021-09896-9
- Powell, A., Henry, N. (2017). *Sexual violence in a digital age*. Palgrave Macmillan.
- Rege, A. (2009). What’s Love Got to Do with It? Exploring Online Dating Scams and Identity Fraud, in *International Journal of Cyber Criminology*, 3:2, pp. 494–512.
- Salerno, A. & Lena, A. (2016). L’amore ai tempi di internet. Coppia e vita virtuale, in *Psicologia Contemporanea*, 258, pp. 12-17. Articolo disponibile al link: <https://www.psicologiacontemporanea.it/blog/lamore-ai-tempi-di-internet/>
- Stanton K., Ellickson-Larew S., Watson D., (2016). Development and validation of a measure of online deception and intimacy, in *Pers. Individ. Dif.*, 88, pp. 187–196. DOI: 10.1016/j.paid.2015.09.015
- Sykes, G. M., Matza, D. (1957). Techniques of neutralization: A theory of delinquency, in *American sociological review*, 22(6), pp. 664-670.
- Thoits, P. A. (1990). Emotional deviance: Research agendas. In T. D. Kemper (Ed.), *Research agendas in the sociology of emotions*, State University of New York Press: New York, pp. 180–203.
- Tisseron, S. (2011). Intimité et extimité, in *Communications*, 88, pp. 83-91. https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_2011_num_88_1_2588
- Tran, A., Suharlim, C., Mattie, H. et al. (2019). Dating app use and unhealthy weight control behaviors among a sample of U.S. adults: a cross-sectional study, in *Jour. Eat Disord.*, 7, 16, pp. DOI: <https://doi.org/10.1186/s40337-019-0244-4>
- Van Dijck, J. (2013), *The culture of connectivity. A critical history of social media*, Oxford University Press: Oxford.
- Van Dijck, J., de Waal, M. e Poell, T. (2018). *The Platform Society. Public Values in a Connective World*. Oxford University Press: Oxford. [trad. it. Platform Society. Valori pubblici e società connessa. Guerini: Milano, 2019].
- Weber, M. (1922). *Wirtschaft und Gesellschaft*, trad. It. Economia e società, Ed. di Comunità: Milano, 1961.

- Whitty, M. T. (2013). The scammers persuasive techniques model: Development of a stage model to explain the online dating romance scam, in *British Journal of Criminology*, 53(4), pp. 665–884.
- Whitty, M. T. (2018). Do you love me? Psychological characteristics of romance scam victims, in *Cyberpsychol Behav Soc Netw.*, 21, pp.105–119. DOI: 10.1089/cyber.2016.0729
- Whitty, M. T. (2015). Anatomy of the online dating romance scam, in *Secur. J.* (2015) 28, pp. 443–55. DOI: 10.1057/sj.2012.57
- Whitty, M. T., & Buchanan, T. (2012a). The Online Romance Scam: A Serious Cybercrime, in *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(3), pp. 181-183. DOI:10.1089/cyber.2011.0352
- Whitty, M. T., Buchanan T. (2016). The online dating romance scam: the psychological impact on victims – both financial and non-financial, in *Criminol. Crim. Justice.* (2016) 16, pp. 176–94. DOI: 10.1177/1748895815603773
- Whitty, M., Buchanan, T. (2012b). *The psychology of the online dating romance scam*, in <https://www.scribd.com/document/296206044/The-Psychology-of-the-Online-Dating-Romance-Scam-copypasteads-com>