



MODULO 1 SVILUPPO DELL'AUTOCONSAPEVOLEZZA: COMPRENDERE L'IPER- DIPENDENZA DAI SOCIAL MEDIA E I SUOI EFFETTI



erasmediah.eu



Co-funded by
the European Union



Lezione 1.2

In che modo il design dei social media crea dipendenza?



ERASMEDIAH

Educational Reinforcement Against
the Social Media Hyperconnectivity



**Co-funded by
the European Union**

IN CHE MODO IL DESIGN DEI SOCIAL MEDIA CREA DIPENDENZA?

Obiettivi:

- **Comprendere la dipendenza:** gli studenti acquisiranno una comprensione approfondita di come la progettazione dei social media contribuisca alla dipendenza comportamentale, concentrandosi in particolare sul doomscrolling.
- **Esplorare il ruolo della dopamina:** gli studenti apprenderanno i meccanismi neurochimici, in particolare il ruolo della dopamina, che rafforzano i comportamenti di dipendenza associati all'uso dei social media.
- **Analisi dell'influenza algoritmica:** gli studenti analizzeranno il modo in cui gli algoritmi dei social media sono intenzionalmente progettati per massimizzare il coinvolgimento degli utenti e prevenire l'uso eccessivo dei social media.

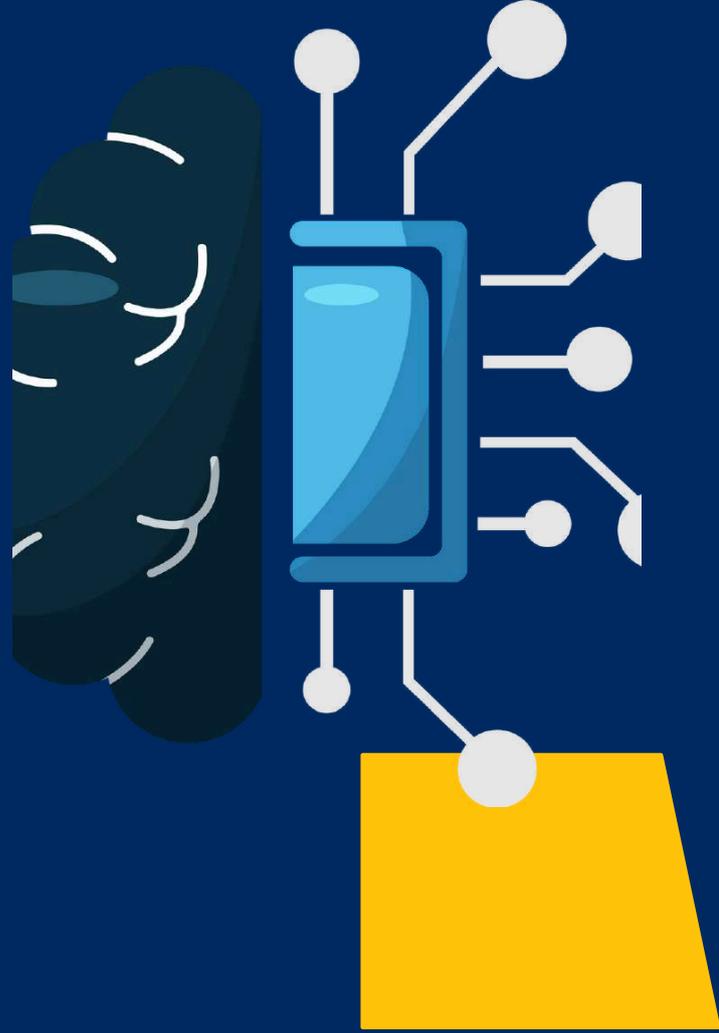
Messaggi chiave:

- **Progettazione algoritmica:** gli algoritmi dei social media sono appositamente progettati per catturare e mantenere l'attenzione degli utenti, dando priorità ai contenuti emotivamente carichi, il che può portare a un maggiore coinvolgimento e dipendenza.
- **Modelli comportamentali:** gli utenti spesso sperimentano un ciclo di alterazioni dell'umore, sintomi di astinenza e ricadute quando cercano di ridurre l'uso dei social media, simili alle tradizionali dipendenze da sostanze.



TIPO DI LEZIONE:





Panoramica della Lezione

Gli studenti esploreranno il concetto di doomscrolling come dipendenza, capiranno come funziona la dopamina in questo contesto e analizzeranno il ruolo degli algoritmi dei social media nel perpetuare questo comportamento. Inoltre, acquisiranno conoscenze sui metodi di progettazione persuasiva che modellano i comportamenti degli utenti durante l'utilizzo dei social media.

Il workshop è organizzato in 4 fasi:

- 1: Introduzione (10 min)
- 2: Comprensione del feed algoritmico dei social media - Gioco di Ruolo (10 min)
- 3: Esplorazione dell'impatto algoritmico - Attività Interattiva (15 min)
- 4: Riepilogo e conclusione (10 min)



Passo 1

Introduzione

I servizi digitali sono molto facili da accedere e le aziende vogliono tenerci coinvolti, c'è una forte competizione per catturare l'attenzione delle persone.

Nel mondo odierno, il design persuasivo e l'economia dell'attenzione svolgono ruoli cruciali nel modo in cui interagiamo con i social media. Gli algoritmi dei social media sono progettati per analizzare il nostro comportamento, le nostre preferenze e le nostre interazioni, consentendo loro di presentare contenuti su misura per noi.

Spiegherò ora brevemente questi argomenti, per comprendere meglio la dimensione di queste piattaforme, poiché nella lezione precedente abbiamo esaminato gli utenti.

Spiegherò i due argomenti centrali tramite una presentazione. Inizieremo un dialogo aperto sulle nostre esperienze personali, in relazione a domande diverse.



Passo 1 **Introduzione**

Nel mondo odierno, il design persuasivo e l'economia dell'attenzione svolgono ruoli cruciali nel modo in cui interagiamo con i social media. Questi concetti si riferiscono alle tecniche utilizzate dalle piattaforme per catturare la nostra attenzione e tenerci coinvolti. Gli algoritmi dei social media sono progettati per analizzare il nostro comportamento, le nostre preferenze e interazioni, consentendo loro di presentare contenuti su misura per noi. Questo approccio personalizzato può portare a un maggiore coinvolgimento, ma solleva anche preoccupazioni sulla manipolazione e la dipendenza. Come utenti, ci troviamo spesso intrappolati in un ciclo in cui scorriamo continuamente feed pieni di contenuti che catturano la nostra attenzione, a volte a scapito del nostro benessere. Comprendere come funzionano questi algoritmi e riconoscere le loro tattiche persuasive è essenziale per navigare nel panorama digitale in modo responsabile.

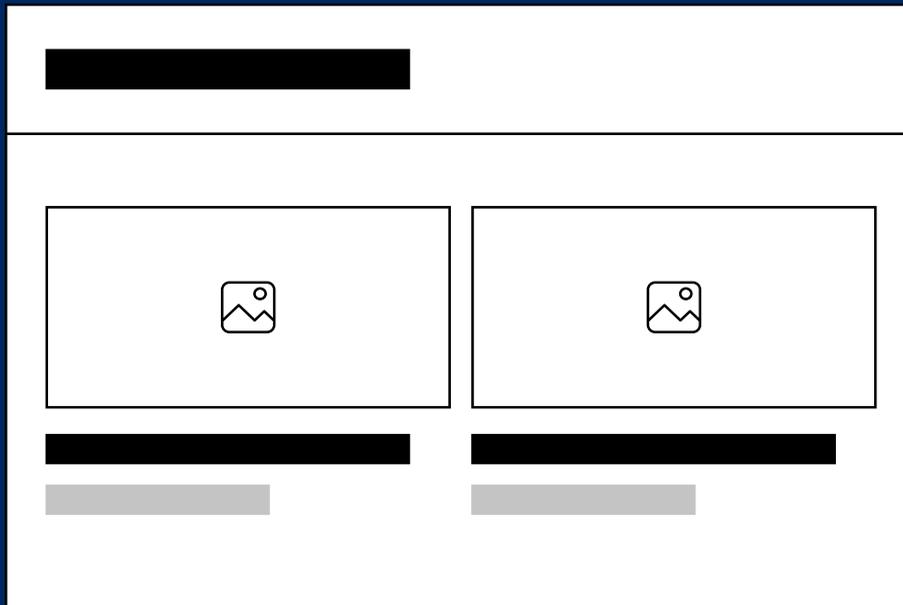


Passo 2

Comprendere il feed algoritmico dei social media

Gli studenti lavoreranno in coppia. Uno sarà l' "utente", e l'altro l' "algoritmo". Tutti gli "algoritmi" dovranno uscire dalla stanza e gli "utenti" riceveranno il messaggio seguente (in alternativa, gli "utenti" potranno leggere il messaggio su un foglio di carta, senza mostrarlo agli algoritmi):

Ragazza di 14 anni, che vive in città, che gioca a football ed è interessata ai giocatori di football, al K-Pop e al montaggio video. Non è interessata alle calciatrici o alla musica non K-Pop. Non le piacciono i video divertenti o i meme.



Passo 2

Comprendere il feed algoritmico dei social media

Gli "algoritmi" rientraeranno poi in aula (se sono usciti).

Consegnerete loro un solo post-it e dei pezzi di carta.

Ogni "algoritmo" dovrà scrivere delle "descrizioni di post" per il proprio "utente", avendo questa sola informazione sul post-it:

È una ragazza di 14 anni e gioca a calcio.

Ogni "utente" potrà accettare, scorrere o rifiutare i post proposti dall'algoritmo, in base alla descrizione più dettagliata del proprio profilo che hanno ricevuto in precedenza. L'obiettivo delle coppie è che l' "algoritmo" crei una serie consecutiva di 5 post. Negli ultimi due minuti dell'attività, le coppie faranno un riepilogo.

Lo scopo del gioco è quello di coinvolgere l'utente attraverso descrizioni dei post sempre più personalizzate.



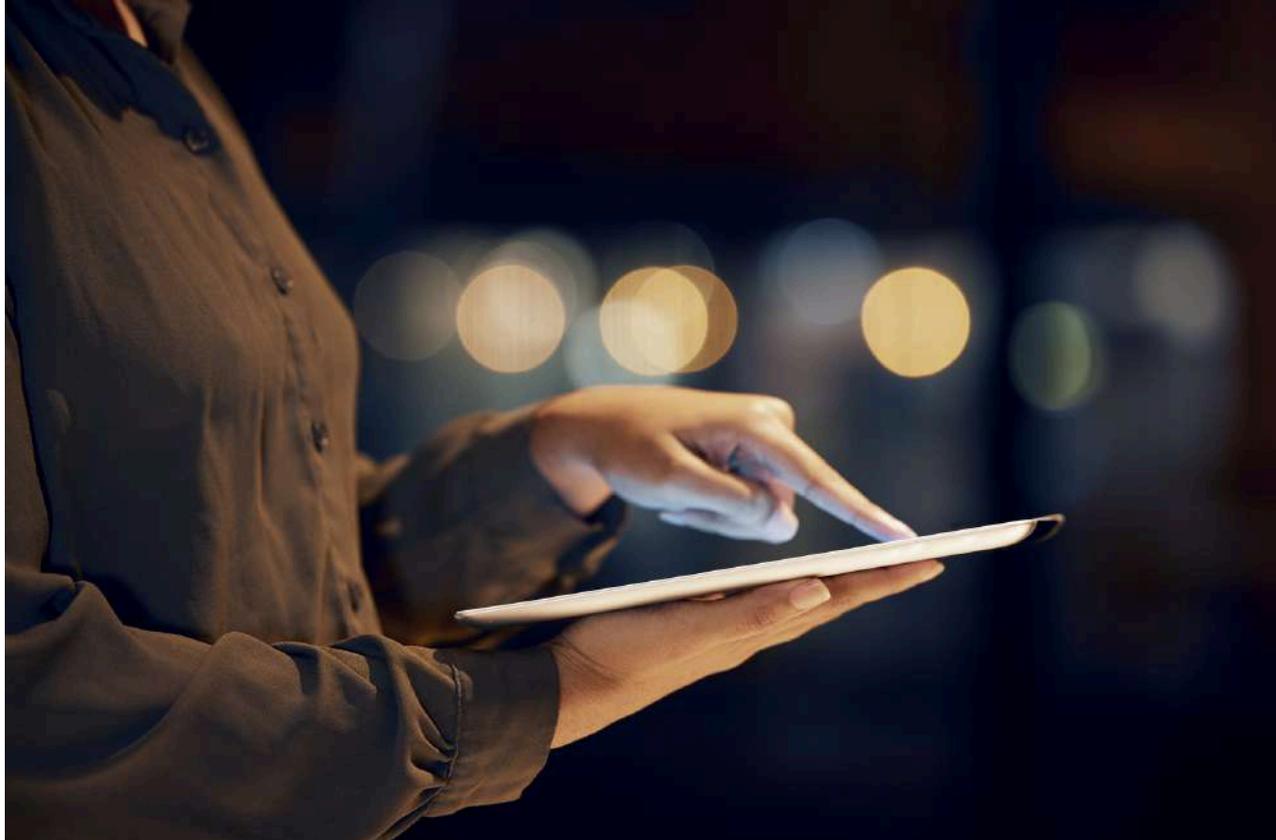
Passo 2

Comprendere il feed algoritmico dei social media

Spiegare l'attività in questo modo:

Per prima cosa, chiederò agli “algoritmi” di lasciare la stanza per un momento e dirò agli “utenti” le caratteristiche della loro persona-utente (oppure, fornirò loro la descrizione di una persona, che non dovranno far vedere agli “algoritmi”).

Quando gli “algoritmi” rientreranno, dirò loro solo alcune cose sul loro utente (età, sesso, interessi principali). Il compito di ciascun “algoritmo” sarà quello di scrivere dei testi di post (ad esempio, un video su come preparare un cupcake al microonde, o un meme divertente sulla scuola, o un video di un influencer che promuove una nuova sneaker). I loro “utenti” potranno scegliere tra tre azioni: accettare il post, scorrere, o rifiutarlo. Il compito degli “algoritmi” sarà quello di raggiungere 5 post consecutivi che vengano accettati. Dovete lavorare insieme, questo è un compito cooperativo. Gli algoritmi non potranno fornire più di due post consecutivi su uno stesso argomento.



Passo 3

Esplorazione dell'impatto algoritmico

Chiedi alle coppie cosa pensano dei vari "post" creati, e provate insieme a scoprire in che modo gli "algoritmi" hanno coinvolto i propri utenti. Mettete insieme alcuni post per ogni coppia nelle seguenti categorie mentre li condividono, categorizzando le loro risposte sulla lavagna in base a temi, come: "Trigger emotivi", "Modelli di coinvolgimento" e "Preferenze di contenuto". Provate insieme a scoprire altri modi per includere tutte e tre le categorie in un post, pensando al tipo di "utente". I partecipanti rifletteranno quindi sul proprio utilizzo dei media.



Passo 3

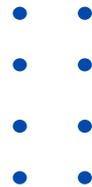
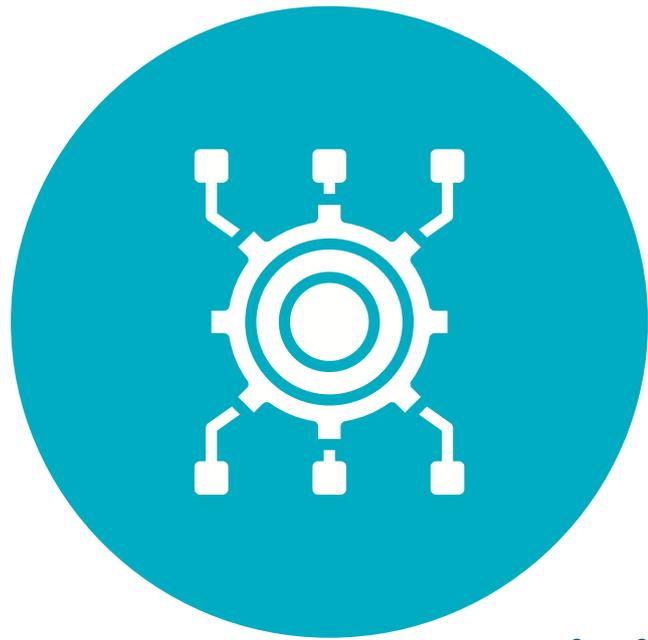
Esplorazione dell'impatto algoritmico

Prosegui così la lezione, rivolgendoti agli studenti:

Ora che ci siamo presi un po' di tempo per riflettere su come gli algoritmi dei social media influenzano il nostro comportamento, vorrei sentire cosa ne pensate. Condividete quindi un modo in cui ritenete che questi algoritmi influenzino quel determinato utente. Potrebbe riguardare qualcosa su come si sente quando usa i social media, quanto spesso si ritrova a scorrere i post, o con quali tipi di contenuti sembra essere più coinvolto/a.

Man mano che ognuno di voi condividerà le proprie intuizioni, le scriverò sulla lavagna. Per aiutarci ad organizzare la discussione, categorizzerò le vostre risposte in tre temi principali: trigger emotivi, modelli di coinvolgimento e preferenze di contenuto.

Organizzando i nostri pensieri in questo modo, possiamo comprendere meglio i diversi modi in cui gli algoritmi dei social media influenzano le nostre esperienze e i nostri comportamenti.



Passo 3

Esplorazione dell'impatto algoritmico

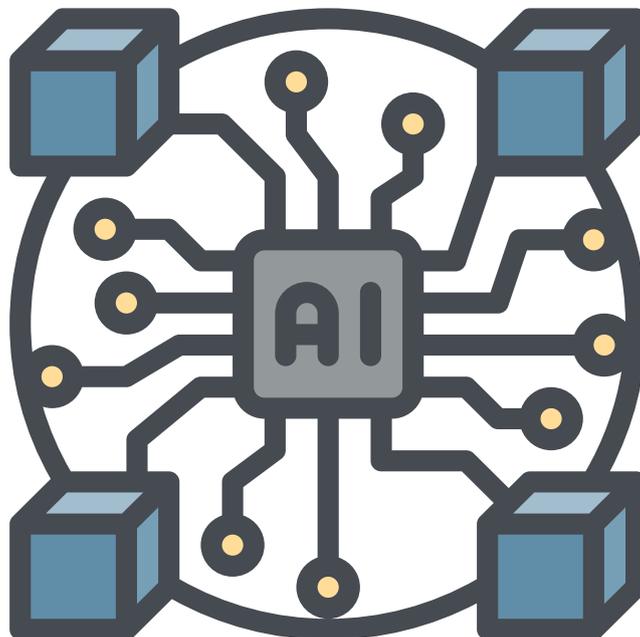
Descrizione dettagliata delle 3 categorie principali:

1. **Fattori scatenanti emotività:** includono qualsiasi sentimento o emozione associata all'uso dei social media, come gioia, ansia, frustrazione o eccitazione.
2. **Modelli di coinvolgimento:** concernono la frequenza con cui l'utente si ritrova a utilizzare i social media, o comportamenti specifici che potete notare, come il controllo frequente delle notifiche, o il trascorrere più tempo del previsto su determinate piattaforme.
3. **Preferenze sui contenuti:** in questa categoria anoteremo i tipi di contenuti che catturano maggiormente l'attenzione dell'utente, che si tratti di articoli di notizie, video divertenti, citazioni motivazionali o altro.

Passo 4

Riepilogo e conclusione

- Riassumiamo i punti chiave discussi durante la lezione.
- Chiediamo agli studenti di riflettere sul loro utilizzo dei social media, collegandoli alle tre categorie.
- Sottolineiamo l'importanza di comprendere la natura avvincente dei social media, di riflettere su se stessi e di adottare misure proattive per preservare il benessere mentale.





Riepilogo e temi chiave

- **Comprendere il design persuasivo:** le piattaforme dei social media utilizzano tecniche di design persuasivo per catturare e mantenere l'attenzione degli utenti. Notifiche, likes e contenuti personalizzati vengono implementati strategicamente, per incoraggiare un coinvolgimento continuo, spesso portando a modelli di utilizzo compulsivo.
- **Impatto degli algoritmi sul comportamento:** gli algoritmi dei social media analizzano il comportamento degli utenti per fornire contenuti personalizzati in linea con le preferenze individuali. Sebbene questa personalizzazione possa migliorare l'esperienza utente, può anche creare camere di risonanza e amplificare le emozioni negative, contribuendo a problemi come ansia e dipendenza.
- **L'economia dell'attenzione:** è un sistema in cui le aziende competono ferocemente per la nostra limitata attenzione, trattandola come una merce preziosa. Questa competizione può portare a conseguenze negative per la salute mentale e il benessere, poiché gli utenti diventano sempre più consumati dalle loro interazioni online.



Istruzioni per operatori della gioventù, educatori e insegnanti

Obiettivo:

Gli studenti esploreranno il concetto di design persuasivo come responsabilità delle piattaforme di social media, comprenderanno come funziona la dopamina in questo contesto, e analizzeranno il ruolo degli algoritmi dei social media nel perpetuare questo comportamento.

Materiali necessari:

- Computer portatile, proiettore
- Presentazione per il collegamento al passaggio 1
- Post-it o piccoli fogli di carta, penne
- Lavagna, pennarello





Fase 1: Introduzione (10 minuti)

Illustrate gli obiettivi della sessione e incoraggiate i partecipanti a essere attivi e a condividere i propri pensieri.

Iniziate con la presentazione: troverete delle note nelle slide, che ti aiuteranno a capire cosa dire sull'argomento. Assicuratevi che i partecipanti comprendano i concetti di base.

Chiedete loro di condividere le loro esperienze su questo argomento.





Fase 2: Comprendere il feed algoritmico dei social media - Gioco di Ruolo (10 min)

Chiedete ai partecipanti di formare delle coppie. Assicuratevi che tutti abbiano un partner. Se non è possibile, potete creare un gruppo di tre persone, dove due "algoritmi" giocheranno con un "utente".

Spiega ai partecipanti che dovranno pensare come la persona "utente" a loro assegnata, e cercare di capire cosa vuole, di cosa ha bisogno, cosa le piace, ecc. È importante sottolineare che questo è un gioco cooperativo: "algoritmi" e "utenti" lavoreranno insieme per creare il miglior newsfeed personalizzato. Puoi dire che questo è l'obiettivo delle piattaforme di social media, ma che, come utenti, dobbiamo cercare di costruire barriere per resistere al "newsfeed perfetto", che causa uno scorrimento infinito e ci porta nel ciclo della dopamina.

Assicuratevi che capiscano cosa devono scrivere: solo frasi che descrivano il post e i suoi scopi/contenuti. Non devono creare o disegnare dei post veri e propri.





Fase 3: Esplorazione dell'impatto algoritmico - Attività Interattiva (15 min)

Inizia l'attività rivedendo alcuni dei "feed" sviluppati dalle coppie e prova a correggerli se, ad esempio, troppi post sul calcio sono diventati noiosi, o se i meme K-pop non sono belli o divertenti, ecc.

Chiedi ai partecipanti cosa pensano del modo o del processo in cui l' "algoritmo" ha scoperto cosa deve condividere con l' "utente".

Spiega le tre categorie di motivazione e scrivile alla lavagna. Chiedi ai partecipanti di fornire esempi, di post creati, per le tre categorie. Se non sono in grado di identificarli, o se non hanno fornito esempi sufficienti di post, puoi chiedere loro di fornire altri esempi basati sul loro utilizzo dei social media.





Fase 4 Riepilogo e conclusione (10 minuti):

Chiedete ai partecipanti di riflettere sul loro utilizzo dei social media.

Domande di riflessione:

Cosa vedono riguardo all'effetto del design persuasivo?

Cosa li rende così catastrofici?

Quali sono i loro stimoli emotivi e quali tipi di schemi li coinvolgono?

Punti chiave:

1. **Comprendere il design persuasivo**, che spesso può portare a modelli di utilizzo compulsivo, come il doomscrolling.
2. **Impatto degli algoritmi sul comportamento**: gli algoritmi dei social media analizzano il comportamento degli utenti per fornire contenuti personalizzati in linea con le preferenze individuali.
3. L'Economia dell'Attenzione: le piattaforme dei social media traggono profitto massimizzando il coinvolgimento degli utenti tramite algoritmi sofisticati, che tracciano il nostro comportamento e le nostre preferenze, monetizzando in ultima analisi la nostra attenzione per i ricavi pubblicitari. Questo è il prezzo che paghiamo per usare queste piattaforme gratuitamente.





Attività di follow-up o da svolgere a casa

1. **Diario di riflessione:** chiedi agli studenti di tenere un diario di riflessione per una settimana, in cui annotare i loro modelli di utilizzo dei social media, i propri sentimenti prima e dopo l'utilizzo dei social media, e qualsiasi caso in cui si siano sentiti manipolati da contenuti o notifiche. Alla fine della settimana, chiedi loro di scrivere un riassunto delle loro osservazioni.
2. **Cura dei contenuti:** fate in modo che gli studenti si prendano del tempo per curare i loro feed sui social media. Dovrebbero smettere di seguire gli account che promuovono emozioni negative o contenuti improduttivi, e seguire nuovi account che li ispirano o li istruiscono. Chiedete loro di documentare le modifiche apportate, e come hanno poi influenzato la loro esperienza online.
3. **Discussione in famiglia:** incoraggiate gli studenti a discutere i concetti di design persuasivo e di attention economy con i propri familiari. Potranno spiegare come questi fattori influenzano l'uso dei social media, e suggerire modi in cui la famiglia possa diventare più consapevole delle proprie abitudini di consumo digitale insieme.

Suggerimenti per gli insegnanti:

- **Gestione del tempo:** è estremamente importante nella Fase 2.
- **Comprensione dei concetti:** assicurarsi che gli studenti comprendano tutti i concetti e passaggi.
- **Alternare l'auto-riflessione al gioco di ruolo:** aiutare gli studenti a saper fare questa distinzione.





Riferimenti

- Fondazione 5Rights. (2024). Infanzia interrotta: l'impatto della tecnologia digitale su bambini e giovani [PDF]. https://5rightsfoundation.com/wp-content/uploads/2024/08/5rights_DisruptedChildhood_G.pdf
- Alter, A. (2017). Irresistible: The rise of addictive technology and the business of keeping us hooked. New York, NY: Penguin Press.
- Eyal, N. (2014). Hooked: come creare prodotti che creano dipendenza. New York, NY: Portfolio.
- Lembke, A. (2021). Dopamine nation: trovare l'equilibrio nell'era dell'indulgenza. Dutton, un marchio editoriale di Penguin Random House LLC.
- Orillia Computer. (n.d.). Doomscrolling: la scienza della dipendenza algoritmica dalla dopamina. <https://www.orillia-computer.ca/doomscrolling-the-science-of-algorithmic-dopamine-addiction>
- Zuboff, S. (2019). L'era del capitalismo della sorveglianza: la lotta per un futuro umano alla nuova frontiera del potere. New York, NY: PublicAffairs.





QUIZ

Seleziona la risposta corretta per ogni domanda!

1. Qual è l'obiettivo principale del design persuasivo nei social media?

- A) Migliorare la privacy dell'utente
- B) Catturare e mantenere l'attenzione dell'utente
- C) Promuovere le interazioni offline
- D) Ridurre la quantità di contenuti disponibili

2. In che modo gli algoritmi dei social media personalizzano l'esperienza degli utenti?

- A) Selezionando casualmente i contenuti per gli utenti
- B) Analizzando il comportamento e le preferenze degli utenti
- C) Limitando l'accesso a determinati tipi di contenuti
- D) Promuovendo solo argomenti di tendenza

3. Quale delle seguenti opzioni descrive meglio il termine "economia dell'attenzione"?

- A) Un sistema in cui l'attenzione è considerata una risorsa preziosa
- B) Un modello economico incentrato sulla riduzione del tempo trascorso davanti allo schermo
- C) Un mercato per la vendita di prodotti fisici online
- D) Un metodo per migliorare la salute mentale attraverso la tecnologia





QUIZ

4. Quale potrebbe essere uno dei potenziali effetti negativi della persuasione algoritmica nei social media?

- A) Maggiore coinvolgimento con i contenuti educativi
- B) Sviluppo di capacità di pensiero critico
- C) Sensazioni di ansia e dipendenza
- D) Relazioni offline migliorate

5. Quale caratteristica delle piattaforme di social media viene comunemente utilizzata per incoraggiare il coinvolgimento degli utenti attraverso un design persuasivo?

- A) Impostazioni sulla privacy
- B) Notifiche per Likes e commenti
- C) Opzioni di disattivazione dell'account
- D) Accesso offline ai contenuti





Soluzioni

Domanda 1: B

Domanda 2: B

Domanda 3: A

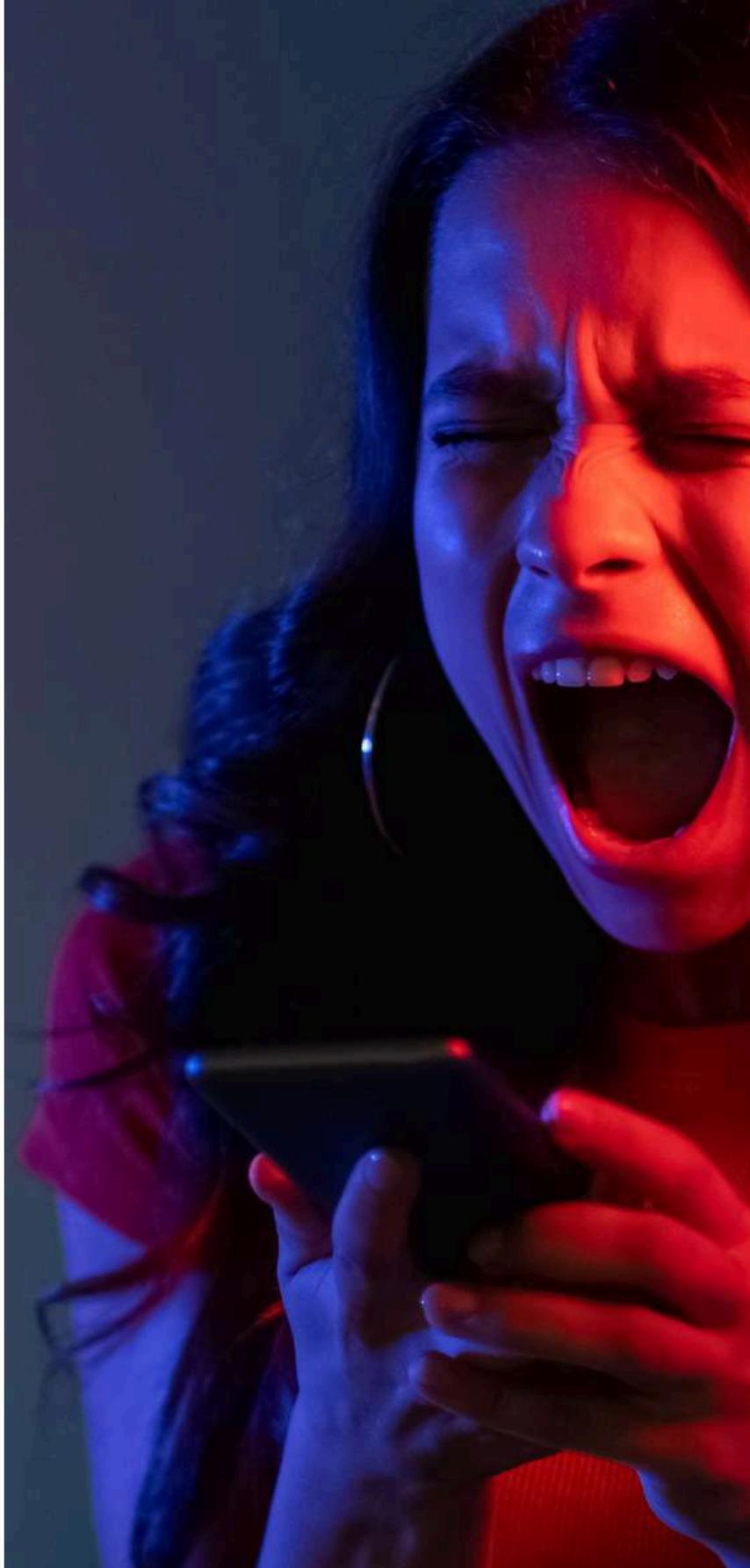
Domanda 4: C

Domanda 5: B





Centrum Wspierania
Edukacji
i Przedsiębiorczości



Co-funded by
the European Union