



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Il lato oscuro dei social media

Laureando
Jawad Khan

Relatore
Fabiola Sfodera



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Il lato oscuro dei social media

Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia e Comunicazione
Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale
Corso di laurea in Comunicazione, Tecnologie e Culture
Digitali

Jawad Khan
1814718

Relatore
Fabiola Sfodera

A.A. 2020/2021

Indice

Introduzione	3
Capitolo 1	5
1.1 Social media e Social network: definizioni e differenze.....	5
1.2 Storia dei principali social media.....	8
1.3 I nuovi social media: TikTok, Twitch e Clubhouse	19
Capitolo 2	26
2.1 I danni dei social media.....	26
2.2 I “nuovi” problemi.....	35
2.3 I principali danni dei social media sui giovani	39
2.4 Caso della Cambridge Analytica, fake news e polarizzazione della politica	45
Capitolo 3	52
3.1 I primi segnali: quali sono le mosse per rimediare da parte delle aziende tecnologiche?.....	52
3.2 Pubblicità sociale: il marketing a favore della moderazione.....	55
Conclusioni	59
Ringraziamenti	61
Bibliografia	63

Introduzione

Questo elaborato si basa sui potenziali pericoli derivabili da un utilizzo errato ed eccessivo dei social media. L'obiettivo della tesi è quello di conoscere al meglio il mezzo digitale e di essere consapevoli dei benefici e dei pericoli che esso comporta.

Nel **primo capitolo** vengono introdotte le basi: le definizioni e le differenze sottili tra "social media" e "social network".

Inoltre, verrà presentata una **breve storia** della nascita e dell'evoluzione dei principali social media e del loro contributo.

Infine, verranno descritti e presentati **i nuovi social media** che sono spopolati negli ultimi anni, così da avere un quadro storico chiaro dell'evoluzione di questo mezzo di comunicazione.

Nel **secondo capitolo**, si entrerà nel succo del discorso. Verranno elencati e descritti i potenziali pericoli derivati dall'utilizzo sbagliato dei social media.

Oltre ai problemi più noti, verranno descritti nel **secondo paragrafo**, i cosiddetti **nuovi problemi**: si tratta di problemi che sono nati o sono maggiormente percepiti proprio a causa dei social media. Nel **terzo paragrafo** verranno presentati i problemi specifici per la categoria più colpita: **i giovani**.

Infine, **nell'ultimo paragrafo** verrà affrontato il caso della **Cambridge Analytica**, le **fake news** e la possibile **polarizzazione** della politica, passando da un lato puramente individuale ad un lato sociale.

Nel primo paragrafo dell'**ultimo capitolo**, verranno riportate alcune dichiarazioni e **mosse** da parte di personaggi e delle loro **grandi aziende** tecnologiche per cercare di riparare alcuni dei problemi affrontati nella tesi.

Nel secondo ed **ultimo paragrafo** invece, verranno riportati alcuni esempi e **casi di marketing** che sono riusciti a ottenere successo, ma allo stesso tempo sono riusciti ad affrontare un tema delicato e molto importante come quello della disintossicazione digitale.

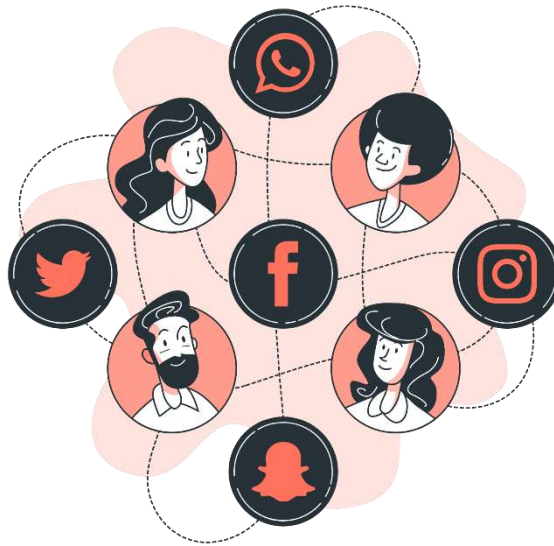
In **conclusione**, ci sarà un pensiero riassuntivo sull'argomento affrontato e sul vero obiettivo che questa tesi vuole perseguire.

Capitolo 1

Social Media e Social Network

1.1 Social media e Social network: definizioni e differenze

Capita spesso che i termini “social media” e “social network” vengano scambiati tra di loro. Ma esiste una sottile differenza.



Il termine **social media** è formato da due parole:

- “**social**” (it. sociale) riguarda i rapporti e le interazioni tra individui e gruppi all’interno di una comunità determinata.
- “**media**” (it. mezzo) si riferisce ai mezzi di comunicazione.

I **social media** sono quei siti e programmi (detti anche piattaforme digitali) che permettono alle persone di comunicare e condividere informazioni su internet usando un computer o un telefono.

Sono mezzi di comunicazione che sul web permettono l’interazione di più individui intorno a un determinato argomento e la costruzione di rapporti fra di loro.

Tra i social media, oltre le piattaforme di social networking, troviamo anche:

- *Webinar*: interazione di più individui tra i commenti di un seminario online
- *Forum*: interazione all’interno di un topic
- *Chat*: interazione all’interno della stessa conversazione
- *Wikis*: interazione tra più individui che collaborano alla realizzazione dello stesso progetto open source
- *Blog*: interazione nella sezione commenti di un articolo
- *Social bookmark*: interazione intorno a determinati “segnalibri” di contenuti online
- **Mondi virtuali**: interazione all’interno di un mondo virtuale

Per quanto riguarda i **social network**, si identificano come un servizio informatico online che permette la **realizzazione di reti sociali** virtuali. Si tratta di siti internet o tecnologie che consentono agli utenti di condividere contenuti testuali, immagini, video e audio e di interagire tra loro.

Un **social media** è un mezzo per condividere le informazioni con la nostra *community online*¹.

Un **social network**, invece, è un social media all'interno del quale nasce e cresce una community di persone connesse tra loro, con la possibilità di creare, ricercare e condividere le informazioni sulla piattaforma stessa.

¹ Insieme di persone con interessi o approcci in comune che si relazionano su internet

1.2 Storia dei principali social media

Prima di affrontare ogni danno o beneficio che un social media può portare, abbiamo bisogno di fare un breve riassunto storico dei social media.

In questo paragrafo verranno nominati i **social media più famosi** che hanno dato / stanno dando un vero e proprio contributo nella storia del digitale.



Per arrivare fino ai social media odierni, è stato necessario un lungo percorso di innovazioni digitali.

Innovazioni nella comunicazione digitale che partono dal **1971** in cui fu inviata la **prima e-mail** tra due personal computer.

Da quel momento in poi si sono susseguiti numerosi servizi, che hanno contribuito alla nascita dei social media.

Nel 1978 nacquero i primi **BBS** (*Bulletin Board System*), ovvero i primi siti che offrivano la possibilità agli utenti di **loggarsi ed interagire**. Originariamente i BBS fornivano l'accesso di una sola persona alla volta su di essi. Tra le novità consentite dai sistemi BBS, una delle principali fu proprio la **messaggistica**.

Nel 1988 fu sviluppato **IRC** (*Internet Relay Chat*) servizio che offriva la possibilità di **condividere file e link** nonché di stabilire un contatto a distanza tra persone.

L'IRC è da tutti considerato il precursore della **messaggistica istantanea**.

Da un'evoluzione di IRC, all'inizio degli anni 90, nacque **ICQ**³, il **primo programma per computer di messaggistica istantanea**.

ICQ ha gettato le basi per le abbreviazioni e per l'emoticon.

Nello stesso periodo fu creato **GeoCities**, servizio di **web hosting** gratuito che dava la possibilità di ospitare su un server delle pagine web accessibili a tutti tramite la rete internet.

Il **primo social network** in assoluto nasce nel 1997 e viene chiamato **SixDegrees** per la **teoria dei sei gradi di separazione** secondo la quale ogni persona è collegata a qualunque altra persona o

³ Acronimo di "i seek you". Trad. "io ti cerco"

cosa attraverso una catena di conoscenze e relazioni con non più di 5 intermediari.

Tramite **SixDegrees ogni utente** aveva la possibilità di **creare un proprio profilo personale**, con il quale poteva **stringere amicizie**.

SixDegrees ha vissuto nel mondo digitale per quattro anni, prima di venire ufficialmente chiuso nel 2001.

Nel **2002** nasce **Friendster**, social network che offriva la possibilità di **conoscere nuove persone**, accoppiando sconosciuti sulla base degli interessi in comune condivisi in rete.

Su Friendster si potevano **condividere contenuti online** come foto, video e messaggi.

Più del 90% del traffico di Friendster veniva dall'Asia.

Friendster ha chiuso i battenti nel 2015.

Nel **2003** viene realizzato **MySpace**, creata da Tom Anderson e Chris DeWolfe.

MySpace si è affermato come il più importante social network fino al 2006, differenziandosi dagli altri per la possibilità di **personalizzare completamente l'aspetto grafico del proprio profilo**, consentendo inoltre di **condividere musica** e video su di esso.

Artisti come *Mika, Nicki Minaj e Arctic Monkeys* hanno potuto condividere la loro musica e diventare famosi grazie a questo social network.

Successivamente, l'arrivo di nuovi social media ha abbattuto MySpace come piattaforma utilizzata per profili e blog personali.

Dopo i vari problemi tecnici avuti riguardo al caricamento dei codici e dopo aver chiuso il 2010 con pesanti passivi, **MySpace** è stata venduta per 35 milioni di dollari alla Specific Media.

Nel 2013 Myspace ha riaperto con un design rinnovato e con la possibilità di ascoltare musica gratis dopo essersi registrati e di aprire la propria stazione radio.

I primi anni del nuovo millennio costituiscono il periodo più fiorente per i social media. In quegli anni, il giovane studente di Harvard **Mark Zuckerberg** realizza **Facemash**, un social network che aveva lo scopo di mettere a confronto le facce di tutti gli studenti dell'università al fine di decidere chi fosse più attraente.

Facemash viene subito chiuso per violazioni di privacy ma questa "spavalderia" gettò le basi per un progetto molto più grande.

Nel **2004** Mark insieme ai colleghi Eduardo Severin, Chris Hughes, Andrew McCollum e Dustin Moskovitz lancia **Facebook**.

Il social network nato esclusivamente per gli studenti di Harvard, in soli 4 anni è riuscito a espandersi in tutto il mondo, continuando tutt'ora ad espandersi a dismisura.

Facebook prevede principalmente un **profilo utente che può connettersi ad altri profili** o pagine.

L'interazione principale avviene grazie alla funzione "**Mi piace**" (un suo tratto distintivo) e quella dei commenti.

Negli anni successivi, il social network di Zuckerberg ha aggiunto altri servizi tra i quali:

- la possibilità di condividere **immagini** e **video**
- **Messenger** per avere una miglior esperienza chat
- vari **giochi** e **test**

Oggi **Facebook** conta più di **2 miliardi e mezzo di utenti attivi mensilmente**.

Nel 2005 Chad Hurley, Jawed Karim e Steve Chen fondano **YouTube**, ovvero il sito di hosting e **condivisione video** più famoso al mondo.

YouTube permette agli utenti di **caricare video**, da poter condividere in rete tramite la visualizzazione su YouTube o tramite la condivisione sui social network, includendo la possibilità di votare (all'inizio tramite l'assegnazione di stelle e ora tramite il "mi piace" e il "non mi piace") e di commentare i video.

Nel 2006 l'azienda viene **acquistata da Google per circa 1,65 miliardi di dollari** e ora guadagna tramite entrate pubblicitarie da Google AdSense, il programma su cui si basa il meccanismo delle pubblicità di Google.

Oltre al suo servizio principale, YouTube fornisce:

- **YouTube Kids:** app pensata per i più piccoli con funzioni di controllo parentale
- **YouTube Music:** si basa sui contenuti video musicali caricati sulla piattaforma principale per consentire agli utenti di ascoltare musica secondo generi e playlist
- **YouTube Premium:** servizio di abbonamento che consente di non avere inserzioni pubblicitarie, accedere a video e serie originali in esclusiva, riprodurre i video in modalità offline su mobile e la possibilità di scaricare video
- **YouTube TV:** offre agli abbonati connessi una Web TV che ritrasmette in diretta 40 emittenti statunitensi, reti sportive e canali a diffusione regionale.

YouTube conta più di **due miliardi di utenti attivi mensilmente**.

Il **2006** è stato l'anno di **Twitter**, servizio di social network e microblogging creato da **Jack Dorsey** che offre agli utenti una pagina personale dove inserire messaggi di **massimo 280 caratteri** (originariamente 140).

Gli utenti per seguire gli altri utenti possono **isciversi ai loro *tweet***.

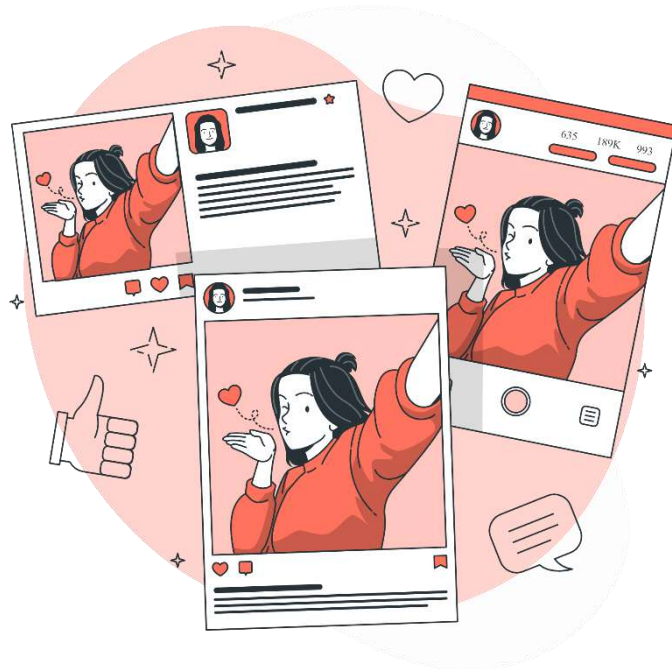
I messaggi per impostazione predefinita sono pubblici ma possono essere anche trasmessi privatamente.

Gli utenti possono twittare dal sito e dall'app in modo gratuito oppure tramite il servizio SMS disponibile a pagamento in alcuni paesi.

Twitter ha riscontrato notevole successo tra le star del cinema e gli sportivi più famosi.

Oggi Twitter conta **353 milioni di utenti attivi** e **fattura oltre 2,5 miliardi di dollari all'anno**.

Uno dei social network più famosi degli ultimi dieci anni è sicuramente **Instagram**.



Si tratta di un'applicazione lanciata nel **2010** sui sistemi iOS⁴ (e nel 2012 su Android) che permette di **scattare foto tramite il cellulare**, **applicare dei filtri** e **pubblicarli nella propria bacheca**.

⁴ Sistema operativo mobile sviluppato e usato da Apple

Non esistono gli amici ma i *followers*⁵ e i *following*⁶ senza che la cosa sia necessariamente reciproca.

Grazie ai filtri era possibile rendere le foto più belle e nel momento in cui gli smartphone stavano cominciando a invadere il mondo l'app riuscì a ritagliarsi una grossa fetta di utenti.

La piattaforma ha aiutato notevolmente a far crescere la nuova figura lavorativa dell'**Influencer**.

Nel **2012** Zuckerberg decise di acquistare il social network per **1 miliardo di dollari**.

Nel tempo anche Instagram ha spesso cambiato l'aspetto e le sue funzionalità. Da sottolineare l'introduzione delle **stories**: testi, foto e brevi video inseribili nel proprio profilo in una sezione dedicata dove restano visibili per 24 ore, successivamente introdotte anche su **Facebook**.

Oggi **Instagram** ha più di **1 miliardo di utenti attivi** mensilmente.

Proprio la funzionalità delle stories era un tratto distintivo di **Snapchat**, app creata nel **2011** da Evan Spiegel, Bobby Murphy e Reggie Brown, universitari della Stanford.

La piattaforma permette agli utenti di **inviare messaggi multimediali**, modificabili con filtri, chiamati "*snap*"⁷ **visualizzabili solo per 24 ore**.

⁵ persone che ti seguono

⁶ persone che tu segui

⁷Traduzione: scatto, schiocco

La prima versione dell'app si basava sulla condivisione di foto da persona a persona grazie all'impostazione "Storie", appunto, che permetteva di inserire sull'app contenuti che sarebbero spariti dalla piattaforma dopo 24 ore.

L'aggiunta della funzionalità delle storie nei social network di **Zuckerberg ha rallentato notevolmente la crescita di Snapchat.** Infatti, nel giro di 8 mesi Instagram ha superato il numero totale di utenti attivi soltanto nelle "stories" di Snapchat raggiungendo i 200 milioni [fig. 1].

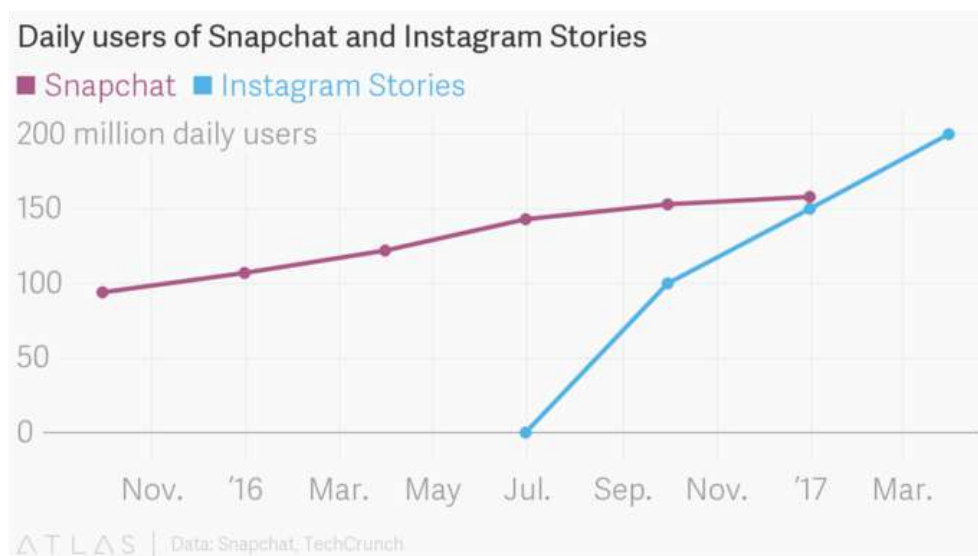


Fig.1: Numero totale di utenti attivi nelle "stories" tra il 2016 e 2017. Fonte: Atlas

Nonostante ciò, Snapchat sta riuscendo comunque a sopravvivere. Nel 2021 Snapchat conta quasi **500 milioni di utenti attivi mensilmente.**

LinkedIn è un social network creato nel **2002** dall'imprenditore Reid Hoffman con il fine di dare vita ad una **piattaforma che mettesse in contatto aziende e persone in cerca di lavoro.**

L'idea è quella di rendere più facile trovare un'occupazione per i lavoratori e figure professionali per le aziende.

Nel primo periodo la società ha spesso faticato a raggiungere gli obiettivi prefissati ma ha mantenuto sempre un livello di crescita significativo.

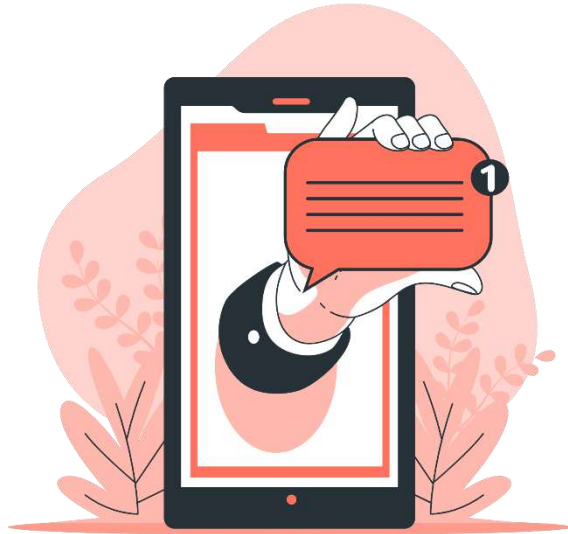
Nel **2006** furono inserite nella piattaforma delle **funzioni a pagamento** molto utili alle aziende **per trovare i profili professionali migliori** in base alle loro esigenze.

Questo permise a LinkedIn di superare i 10 milioni di utenti, diventando il principale mezzo per cercare lavoro o dipendenti in California.

LinkedIn fu lanciata per la prima volta all'estero (precisamente in Francia e in Spagna) nel **2008**.

Nonostante il successo, nel **2017**, **LinkedIn**, per avere un maggior sostegno, è stata venduta alla Microsoft di Bill Gates per più di **26 miliardi di dollari.**

Nel **2019** la piattaforma ha superato i 630 milioni di utenti.



WhatsApp Messenger è un'applicazione di messaggistica istantanea creata nel **2009** da Jan Koum e Brian Acton. Il nome deriva dall'unione dell'espressione inglese *What's up* (it. "che cosa succede?") e App (applicazione).

Si utilizza il servizio tramite l'integrazione del numero telefonico.

Tramite WhatsApp, gli utenti sono in grado di **scambiare**:

- **messaggi** di testo
- **immagini**
- **video**
- **audio**
- **posizione**
- **documenti**
- **contatti**

Nel **2014** anche WhatsApp è stata acquistata da **Mark Zuckerberg** per **19,3 miliardi di dollari**.

Anche Whatsapp, come gli altri social media di Mark Zuckerberg, ha **cambiato** spesso la propria **interfaccia** e le sue funzionalità.

Durante questi ultimi anni, sono state aggiunte altre **funzionalità** tra quali:

- **chiamata vocale**
- **videochiamata**
- **stories** (presenti anche su Facebook e Instagram)
- **WhatsApp Web** per usare WhatsApp da computer
- **WhatsApp Business** per le piccole imprese

Nel **2020**, in **Brasile**, è stata inserita la possibilità di **scambiare denaro** con i propri contatti direttamente tramite l'applicazione stessa.

Whatsapp, oggi, ha più di 2 miliardi di utenti attivi mensilmente.

1.3 I nuovi social media: TikTok, Twitch e Clubhouse

La storia dei social media ci ha dimostrato che **bisogna stare al passo con i cambiamenti**.

Se aziende come Facebook e YouTube continuano a dominare la scena attuale, altre come MySpace non è riuscita a tenere il passo.

Con il mondo che prosegue così velocemente e con tutte le risorse a nostra disposizione, sempre più idee si fanno avanti.

Anche se le aziende di Zuckerberg e Google hanno quasi un duopolio, ci sono dei **nuovi social network** che si stanno ritagliando una fetta importante del mondo digitale [fig. 2].

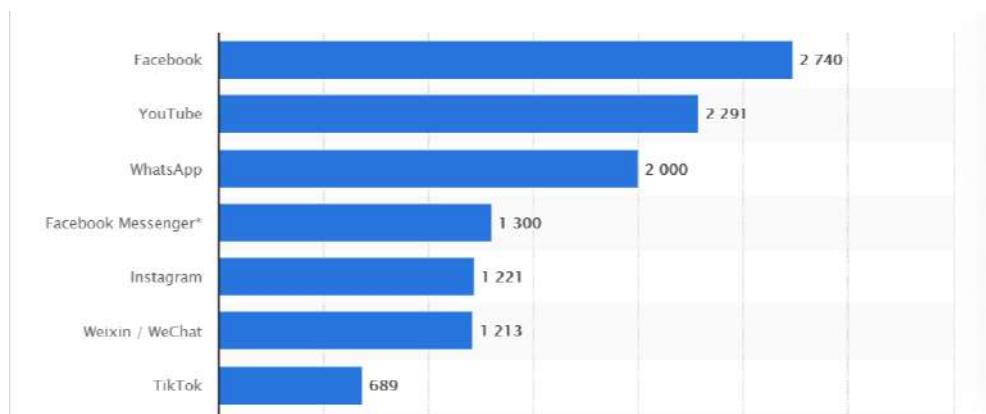


Fig.2: I social network più popolari al mondo, Gennaio 2021. Fonte: Statista

I social network che citerò sono: **Twitch**, **TikTok** e **Clubhouse**. Quest'ultimo è stato lanciato pochissimo tempo fa mentre gli altri due, nonostante la data di lancio di qualche anno fa, stanno conquistando un'importante fetta di utenza proprio in questi ultimi anni.

Twitch è una piattaforma di *live streaming* ⁸ creata nel **2011** in cui gli utenti possono condividere le proprie sfide online.

⁸ Registrato e trasmesso in tempo reale

Nel 2013, **Twitch** è diventato il servizio di streaming di *eSports*⁹ **più famoso al mondo** registrando **45 milioni di utenti attivi**.

Nel 2014 è stata acquistata da **Amazon.com** per **970 milioni di dollari**.

Twitch oltre a fornire una versione **gratuita**, offre anche una versione **a pagamento** chiamata **Twitch Prime**.

I vantaggi della versione premium sono:

- **L'assenza di interruzioni pubblicitari**
- Il diritto ad un **abbonamento gratuito a un canale Twitch**
- *emoticon* personalizzate
- **chat private** e **stemmi** da sfoggiare
- specifici vantaggi decisi dallo streamer.

Bisogna avere un abbonamento ad **Amazon Prime** per ottenere il servizio **Twitch Prime**.

Inoltre, si può sostenere uno streamer anche attraverso l'utilizzo dei **bit** che possono essere acquistati in pacchetti e servono per "tifare" lo streamer. Quest'ultimo riceverà una parte di quanto speso dall'utente per l'acquisto dei bit mentre l'utente riceverà uno speciale stemma accanto al suo nome oltre alla gratitudine da parte dello streamer stesso.

Anche se principalmente Twitch viene utilizzato per i giochi, nell'ultimo periodo **sta raccogliendo sempre più categorie differenti** di streamer, che portano sulla piattaforma tematiche (sociali e non) completamente differenti l'una dall'altra.

⁹ giocare ai videogiochi a livello competitivo

TikTok, invece, è un social network musicale cinese nato nel 2016, chiamato inizialmente musical.ly.

TikTok fornisce la possibilità di **caricare brevi video** (dai 15 fino ai 60 secondi), e di **modificarne la velocità** o aggiungere vari **effetti e filtri**.

L'applicazione è stata più volte accusata di non disporre di una policy precisa sul trattamento dei dati personali.

In **Italia** il Garante per la protezione dei dati personali ha disposto il **blocco dell'uso dei dati degli utenti per i quali non sia stata accertata l'età anagrafica** all'interno del social network.¹¹

Negli **Stati Uniti** invece, l'ex presidente Donald **Trump** aveva minacciato di **vietare TikTok** nel paese se il social network non fosse stato acquistato da qualche società americana.

Il 14 agosto 2020, Donald **Trump** ha inoltre **firmato un ordine esecutivo** che concedeva **90 giorni a ByteDance** (società madre di TikTok) **per vendere** o scorporare la sua attività, affermando che ci sono prove credibili che lo portano a credere che ByteDance potrebbe intraprendere azioni che minacciano di compromettere la sicurezza nazionale degli Stati Uniti.¹²

La situazione attuale prevede le trattative per l'acquisizione americana arrestate; Donald Trump non più presidente degli Stati Uniti e **TikTok continuare a fornire il proprio servizio nel suolo americano.**

¹¹ Wikipedia, *Tik Tok*

¹² Ivi, pag 21.

Nonostante ciò, il futuro del social network negli USA rimane incerto poiché la posizione del nuovo presidente, **Joe Biden**, sul tema è ancora indefinita.

Per quanto riguarda l'utenza, TikTok attualmente ha **689 milioni di utenti attivi mensilmente**, un grande traguardo per un social non di proprietà di Facebook o Google.

Il terzo ed ultimo social network citato è **Clubhouse**. Si tratta di un social network **chat audio** creato da Paul Davison e Rohan Seth e lanciato nel **2020**.



Il 21 gennaio 2021 la **valutazione** di Clubhouse ha raggiunto il **miliardo di dollari**.

L'app è diventata popolare nei mesi della pandemia di **COVID-19**.

Gli utenti di Clubhouse possono **scambiarsi messaggi vocali in diretta** in stanze virtuali. Quando la stanza viene chiusa i messaggi inviati si cancellano.¹³

Ogni stanza ha uno o più **moderatori**, il cui compito è quello di moderare gli interventi vocali degli invitati.

Oltre al moderatore, esistono i ruoli dello **speaker** e dell'**ascoltatore**.

Lo **speaker** è la figura di coloro che hanno ricevuto l'abilitazione a parlare mentre **l'ascoltatore** è l'utente che partecipa muto alla conversazione e può chiedere la parola.

Nella sezione Home di Clubhouse sono presenti le principali **stanze** che sono selezionate in base agli **argomenti preferiti** dell'utente e alla presenza delle **persone che l'utente segue**.

Le caratteristiche principali e il successo di Clubhouse sono basati sul lato **elitario** per le iscrizioni, ma nello stesso tempo sul lato **democratico** interno.

Per quanto riguarda quello **elitario**, l'applicazione è riservata solo agli utenti **Apple** (anche se probabilmente uscirà anche la versione Android) e soprattutto **ci si può entrare soltanto se invitati** da una persona che ne fa già parte.

Infatti, ogni utente ha due inviti a disposizione (incrementabili col tempo).

¹³ Wikipedia, *Clubhouse*

Per quanto riguarda la **democrazia** interna invece il fatto che **Clubhouse è solamente incentrato sulla parola** è un importante tratto distintivo.

Come un podcast live in cui tutti possono parlare con tutti, in cui si dà **meno valore ai *followers* e ai numeri ma più al contenuto.**

Capitolo 2

Gli effetti collaterali dei social

2.1 I danni dei social media

Con il mondo costretto al distanziamento sociale, i social media sono diventati **un'ancora di salvezza** per rimanere a contatto con le persone a noi care e con il mondo. In assenza di interazioni fisiche, abbiamo imparato a usare **nuovi linguaggi virtuali** – scambi di testi, meme ed emoji – con amici, familiari e colleghi, che non possono che migliorare la nostra salute mentale collettiva.

Grazie ai social media possiamo:

- **Comunicare** e rimanere aggiornati con la famiglia e gli amici in tutto il mondo
- **Trovare nuovi amici** e comunità e fare *networking*¹⁴ con altre persone che condividono interessi o ambizioni simili
- Partecipare o **promuovere cause utili** e sensibilizzare su questioni importanti
- Trovare uno sbocco per la **creatività**
- Scoprire fonti di informazioni preziose e di **apprendimento**

¹⁴ Creazione di una rete di contatto

Se da un lato i social media ci migliorano notevolmente la nostra esperienza comunicativa, dall'altro esistono una serie di “**effetti collaterali**” legati ad un utilizzo sbagliato di essi, che possono minacciare il nostro benessere generale e che spesso vengono ignorati.

In una ricerca del 2017 dalla parte di **Oxford University**¹⁵, basata su 3 ondate di dati di 5.208 adulti per un periodo di due anni, volevano avere un quadro più chiaro della **relazione tra Facebook e il benessere** (soddisfazione, salute mentale, salute fisica.) associato al suo utilizzo.

I risultati hanno mostrato che l'uso di Facebook era associato negativamente al benessere generale.

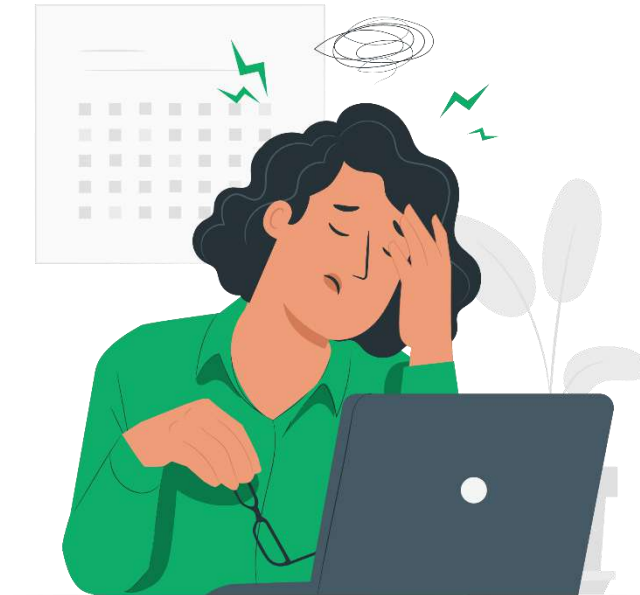
Questi risultati erano particolarmente forti per la salute mentale; la maggior parte dei risultati sull'uso di Facebook in un anno prevedeva una **diminuzione della salute mentale** nell'anno successivo.

Hanno riscontrato costantemente che sia l'**apprezzamento dei contenuti** degli altri che **i clic sui collegamenti** predicevano in modo significativo una successiva **riduzione** della salute fisica, della salute mentale e della **soddisfazione** di vita dichiarate.

Ciò ha fornito alcune prove che l'associazione tra **l'uso di Facebook e il benessere compromesso è un processo dinamico**.

¹⁵ Shakya H. & Christakis N., *A new, more rigorous study confirms: the more you use facebook, the worse you feel*

Ma fino a dove può spingersi il calo del benessere generale associato all'utilizzo sbagliato dei social media?



Due studi da parte della **Psychol Pop Media Cult.**¹⁶, che hanno coinvolto più di **700 studenti**, hanno scoperto che i **sintomi depressivi**, come l'umore basso e sentimenti di inutilità e disperazione, erano **collegati alla qualità delle loro interazioni online**.

I ricercatori hanno trovato livelli più elevati di sintomi depressivi tra coloro che hanno riferito di avere interazioni più negative.

¹⁶ rivista accademica che studia come i media generali influenzano il comportamento individuale, di gruppo e di sistema

Uno studio simile pubblicato da **ScienceDirect** ¹⁷condotto nel 2016 su **1.700 persone**, ha rilevato un triplice rischio di **depressione** e **ansia** tra le **persone che utilizzavano la maggior parte delle piattaforme di social media**. Le ragioni di ciò includono quello di avere una **visione distorta della vita di altre persone** e sentirsi come se il tempo trascorso sui social media fosse uno spreco.

La visione distorta della vita di altre persone può avere effetti sulla nostra autostima. **L'autostima** è una delle "zone" psicologiche **maggiormente colpite** dai social network.

I social network, soprattutto Instagram, viene usato spesso come una **vetrina** dove le persone mostrano il proprio lato migliore, nascondendo tutto il resto. Paradossalmente, nonostante questa consapevolezza su di sé, questo viene spesso dimenticato sulla vita altrui e si finisce per paragonare la propria vita con quella degli altri mostrata sui social e ciò può portare effetti negativi sulla propria autostima.

Le **riviste femminili** e il loro uso di modelle sottopeso e photoshoppate sono state a lungo diffamate per aver sollevato **problemi di autostima tra le giovani donne**.

I problemi di autostima, però, non riguardano soltanto le donne.

¹⁷Sito web che fornisce l'accesso a un ampio database bibliografico di pubblicazioni scientifiche e mediche

In uno studio¹⁸ di Aparicio-Martinez del 2017, si sostiene che **anche gli uomini** cercano di assomigliare più allo stereotipo dei ragazzi muscolosi che appaiono sui social media. La differenza tra i due sessi è che le donne raggiungono livelli di ansia maggiori degli uomini.

Oltre l'autostima, anche la **solitudine** è un problema sempre più frequente.

Secondo la ricerca condotta dall' **American Journal of Preventive Medicine**, l'utilizzo dei social media può essere collegato a maggiori sentimenti di **isolamento sociale**.¹⁹

Il team ha esaminato quante persone hanno utilizzato 11 siti di social media, tra cui Facebook, Twitter, Google+, YouTube, LinkedIn, Instagram, Pinterest, Tumblr, Vine, Snapchat e Reddit, e ha correlato questo con il loro "**isolamento sociale percepito**".

Non sorprende che si sia scoperto che più tempo le persone trascorrevano su questi siti, più socialmente si percepivano isolate.

Nel **2011**, Daria Kuss e Mark Griffiths della Nottingham Trent University nel Regno Unito hanno **analizzato 43 studi precedenti sull'argomento** e hanno concluso che la **dipendenza dai social media**

¹⁸ ScienceDirect – *Social networks' unnoticed influence on body image in Spanish university students*,

¹⁹ AJPM - *Social media use and perceived social isolation among young adults in the U.S.*

è un problema di salute mentale che "può" richiedere un trattamento professionale.²⁰

Hanno scoperto che l'uso eccessivo era collegato a **problemi di relazione, peggiori risultati accademici e minore partecipazione alle comunità offline**, e hanno scoperto che coloro che potrebbero essere più vulnerabili alla dipendenza dai social media includono persone che dipendono dall'alcol, gli altamente estroversi e coloro che usano i social media per compensare il minor numero di legami nella vita reale.

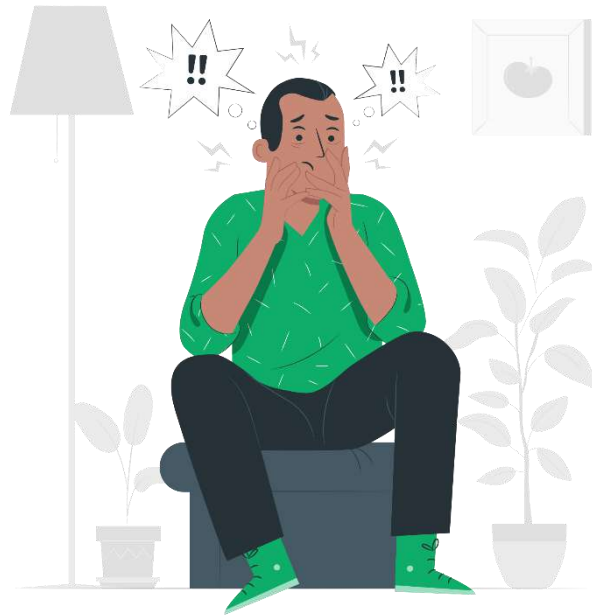
Gli esperti non sono stati completamente d'accordo sul fatto che la dipendenza da Internet e dai social media sia una cosa reale ma ci sono alcune buone prove che entrambe possano esistere.

Uno studio della **Swansea University** ha scoperto che le persone **sperimentavano i sintomi psicologici dell'astinenza** quando smettevano di usare Internet e social media.

Nel loro recente aggiornamento sullo studio hanno rilevato che quando le persone smettono di usare i social media, subiscono anche effetti fisiologici piccoli ma misurabili.

²⁰ Kuss D., Griffiths M., *Online Social Networking and Addiction- A review of the Psychological Literature, 2011,*

Ma come mai sempre più persone sono dipendenti da queste semplici applicazioni o dallo smartphone stesso?



In un articolo del 2017, il **New York Times** ²¹ ha scritto: "Le aziende tecnologiche capiscono cosa causa i picchi di **dopamina** nel cervello e allacciano i loro prodotti con" tecniche di dirottamento "che ci attirano e creano" cicli compulsivi".

La maggior parte dei siti di social media crea ricompense a tempo irregolare, continua il giornale, una tecnica a lungo impiegata dai produttori di **slot machine**, basata sul lavoro dello psicologo americano BF Skinner, che ha scoperto che il modo più forte per rafforzare un comportamento appreso nei ratti è premiare su un programma casuale. "Quando un giocatore si sente favorito dalla

²¹ The New York Times, *Why We Can't Look Away From Our Screens*

fortuna, **la dopamina viene rilasciata**", afferma Natasha Schüll, professore alla New York University.²²

La **dopamina**, scoperta nel 1957, è uno dei circa 20 neurotrasmettitori principali, una flotta di sostanze chimiche che trasportano messaggi urgenti tra neuroni, nervi e altre cellule del corpo. Questi neurotrasmettitori assicurano che i nostri cuori continuino a battere, i nostri polmoni continuino a respirare. La dopamina ci ispira a intraprendere azioni per soddisfare i nostri bisogni e desideri.

Tristan Harris, ex designer di Google, nel suo saggio spiega così il congegno: "Ogni singola volta che otteniamo un like, un commento o una qualunque notifica che riceviamo, **riceviamo una piccola gratificazione**, che a livello fisico è una **scarica di dopamina** e che sta alla base della nostra dipendenza dai social network. Il meccanismo che regola tutto ciò è mutuato dal gioco d'azzardo e dalle slot machine ed è chiamato *sistema di rinforzo intermittente positivo*."²³

Tirare la leva della slot machine rappresenta **l'azione intermittente**. Dopodiché aspettiamo per scoprire se abbiamo vinto (e ottenuto un rinforzo positivo) o no. Quando vinciamo, **il nostro cervello produce dopamina**.

Quando perdiamo, facciamo fatica a resistere alla tentazione di giocare di nuovo.

²² Parkin S., *Has dopamine got us hooked on tech?*

²³ Thrive Global– *How Technology is Hijacking Your Mind- from a Magician and Google Design Ethicist*

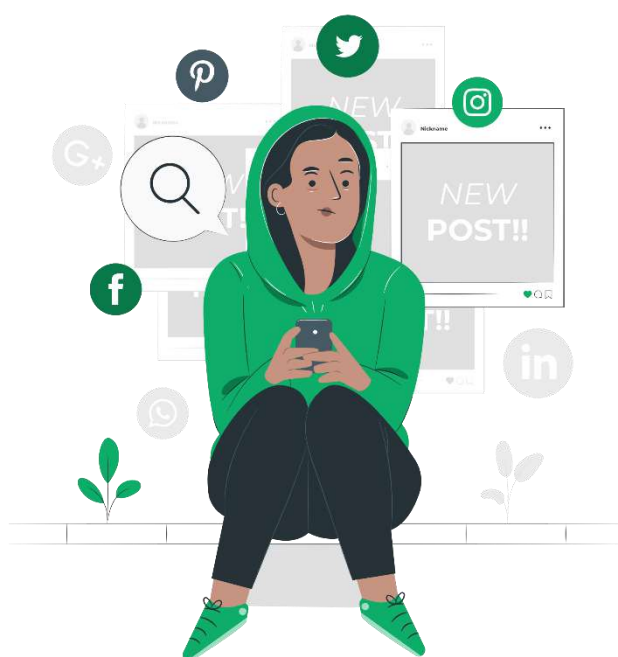
Analogamente, quando pubblichiamo qualcosa, **aspettiamo di ricevere i vari like e vari commenti.**

Queste **“ricompense digitali”** rilasciano **dopamina** e ci tengono incollati allo smartphone.

Se dipendenza, autostima e solitudine sono dei problemi noti e già riscontrati in passato in altre circostanze, ci sono una serie di **“nuovi problemi”** che sono emersi esclusivamente (o maggiormente) dall'utilizzo sbagliato dei nuovi mezzi di comunicazione digitale.

2.2 I “nuovi” problemi

La **F.O.M.O** (*Fear of Missing Out*) è una condizione patologica che si alimenta quando non si riescono a tenere sotto controllo tutte le attività dei propri contatti online, oppure quando sul proprio profilo non si visualizzano gli aggiornamenti e i “like” sperati.²⁴



Si tratta di un'ansia sociale nutrita dalla **paura di perdere gli aggiornamenti** social e dall'invidia per le esperienze belle e gratificanti altrui.

²⁴ Faggiano I., *Che cos'è la 'Fear of Missing Out', l'ansia "social" degli adolescenti*

Secondo alcune ricerche la F.O.M.O. si sviluppa maggiormente nelle persone che **non riescono ad appagare alcuni dei propri bisogni psicologici**, come quello della necessità di stare in contatto con gli altri o di far parte di un gruppo.

La F.O.M.O. può essere collegata anche a:

- **scarsa capacità di autoregolamentazione**
- **basso livello di autoefficacia percepita**

Per quanto riguarda **la prima causa**, possiamo fare l'esempio degli adolescenti che potrebbero non aver ancora sviluppato le capacità di gestire i propri spazi e i propri tempi in modo autosufficiente.

La **seconda causa** riguarda la cognizione di poter incidere in modo positivo sulla propria vita, ma che spesso è considerata deludente.

Anche se la F.O.M.O. sia in circolazione da molto più tempo dei social media, siti come **Facebook** e **Instagram** sembrano spronare la sensazione che gli altri stiano vivendo una vita migliore.

La F.O.M.O. può costringere una persona a prendere il telefono ogni pochi minuti per controllare gli aggiornamenti e rispondere compulsivamente a ogni avviso, anche se ciò significa correre dei rischi mentre guida, perdere il sonno la notte o dare la priorità all'interazione con i social media invece che alle relazioni del mondo reale.

Phubbing

Con il termine **phubbing** definiamo «l'atto di snobbare qualcuno in un contesto sociale, guardando il proprio telefono piuttosto che prestargli attenzione».²⁵

Il phubbing, così, può essere interpretato come una forma di **dipendenza da smartphone**.

L'aspetto più paradossale del **phubbing** è che spesso ci **si astrae dalla situazione sociale** che si sta vivendo per parlare con altre persone via chat o per commentare post su Facebook **alla costante ricerca di connessioni e di compagnia, mentre si ignorano quelle fisiche** che si stanno vivendo nel presente.

"Mom, dad, look at me": The development of the Parental Phubbing Scale è una ricerca del Dipartimento di psicologia e di sociologia di Milano-Bicocca.

Lo studio mostra le **conseguenze negative del phubbing** sul **benessere** psicologico, sulle **relazioni** e addirittura, nei casi più estremi, sull'incremento dei sintomi depressivi.

Per la ricerca, sono stati raccolti i dati di oltre **3000 adolescenti**, tra i 15 e i 16 anni, per misurare il phubbing che essi hanno subito da parte dei propri genitori.

²⁵ Phubbing, Inside Marketing

"Il phubbing è particolarmente importante da studiare perché l'ubiquità dello smartphone fa sì che questo fenomeno possa essere messo in atto da chiunque e in qualsiasi momento. Pur essendo ormai radicato in molteplici ambiti relazionali, incluso quello familiare rimane un fenomeno relativamente recente e non ancora regolato da esplicite norme sociali. La ricerca può incidere molto sulla costruzione di norme sociali che pongano dei limiti al phubbing anziché accettarlo indiscriminatamente", sottolinea il dipartimento.²⁶

Information Overload

L'information Overload si verifica quando «l'informazione a disposizione eccede la capacità dell'utente di elaborarla» secondo la definizione di Orrin Edgar Klapp²⁷ nel 1986.

Secondo il Cambridge Dictionary, il sovraccarico informativo riguarda una «situazione in cui ci si riceve **troppa informazione in una sola volta** e su cui non è possibile riflettere in maniera chiara».

L'information overload non è riferito esclusivamente ai social media ma è riferito a tutto il mondo digitale.

Di certo c'è che i vari social media, come Facebook e Instagram, possono alimentare l'information overload.

²⁶ Ansa, *Phubbing, come smartphone interferisce tra genitori e figli*

²⁷ Sociologo, ricercatore e professore

Il paradosso del sovraccarico informativo è che **l'abbondanza di informazione** determina una **riduzione della quantità di informazione** che si riesce a **gestire in maniera ideale**, proprio per la confusione causata dall'eccessiva quantità di dati.

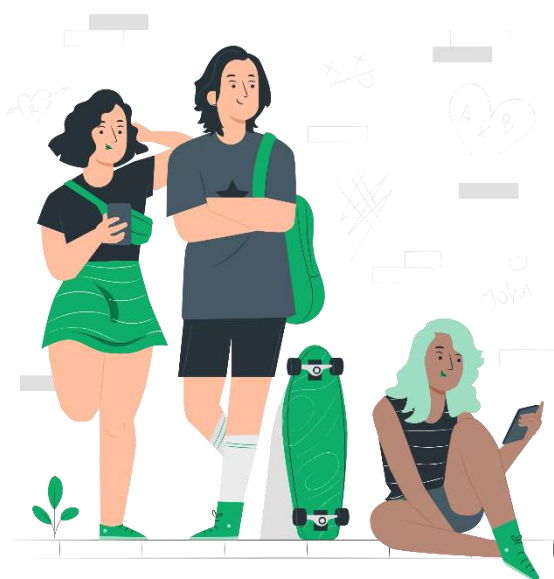
La quantità eccessiva di informazione può danneggiare la qualità della ricezione.

L'information Overload può comportare **conseguenze** tra i quali:

- abbassamento del livello di **attenzione** degli individui
- **difficoltà di gestione** informazioni
- difficoltà nel **prendere decisioni**

2.3 I principali danni dei social media sui giovani

A causa della loro limitata capacità di **autoregolamentazione** e la loro **suscettibilità** alla pressione dei pari, i bambini e gli adolescenti corrono un certo grado **maggiore di rischio** con i social media.



Ricerche recenti oltre a ripresentarci alcuni dei precedenti problemi citati, ci mostra altri nuovi problemi specificatamente riferiti al pubblico giovane.

Uno dei problemi più frequenti riguarda il **Cyberbullismo**. Con il termine **Cyberbullismo** ci riferiamo a una forma di bullismo condotto attraverso strumenti telematici come ad esempio internet.

Circa il 10% degli adolescenti²⁸ riferisce di essere stato vittima di cyberbullismo sui social media. [fig.3].



Fig.3: Percentuale di cyberbullismo sugli adolescenti derivata da un'indagine, 2020.
Fonte: Repubblica

²⁸ Repubblica – Cyberbullismo, vittime 4 giovani su 10: più colpite le ragazze

Le piattaforme di social media possono favorire la diffusione di offese e abusi.

Il cyberbullismo è un fenomeno che può accadere a qualsiasi giovane online e può causare profondi esiti psicosociali inclusi depressione, ansia, grave isolamento, e il suicidio.²⁹

Un altro fenomeno sempre più frequente a causa dei social media è il cosiddetto “**Vamping**”.

Il **Vamping** è la pratica, prettamente giovanile appunto, di **restare svegli fino all'alba**, condividendo dei post, dei messaggi, giocando, guardando dei video o scrollando tra i feed delle reti sociali.³⁰

Danah Boyd, ricercatrice **Microsoft**, presenta **due motivazioni** che possono aver contribuito particolarmente alla diffusione di questo fenomeno tra i giovani:

- La **volontà di essere connessi** e di comunicare con i coetanei
- l’**agenda piena** dei giovani di oggi che, tra scuola, sport e compiti da fare a casa, rimangono con **poco tempo libero** a disposizione per socializzare con i propri coetanei.

²⁹ HelpGuide, *Bullying and Cyberbullying*

³⁰ Inside Marketing, *Vamping*

Inoltre, l'assenza della supervisione dei genitori in quella fascia oraria finisce per dare loro anche un senso di **maggior autocontrollo** sulle proprie azioni.

Da tenere in considerazione anche la voglia di **approvazione sociale** e di **appartenenza ad un gruppo**.

Molto spesso, nei post notturni, gli adolescenti utilizzano l' **hashtag #vamping** per essere notati o per relazionarsi con chi come loro, decidono di restare svegli tutta la notte.

Le principali conseguenze del vamping sono:

- Alterazioni della **capacità decisionale** dell'individuo
- **Variazioni di umore**
- **Irritabilità**
- **Deficit di concentrazione** e difficoltà nell'**apprendimento**
- **Mancanza delle ore di sonno** consigliate

Il vamping può risultare dannoso nello **sviluppo psicofisico dell'adolescente** e può incidere negativamente anche sul **rendimento scolastico** o sui **rapporti interpersonali**.

Un altro legame dannoso che unisce il sonno e lo smartphone è la presenza della luce blu.

Una ricerca ha scoperto che la luce blu degli smartphone può disturbare la produzione del corpo dell'ormone **melatonina**, che facilita il sonno.

I ricercatori **dell'Università di Pittsburgh hanno chiesto a 1.700 ragazzi** di età compresa tra i 18 e i 30 anni di parlare dei social media e delle abitudini del sonno. Hanno trovato un **collegamento** con i **disturbi del sonno** e hanno concluso che la **luce blu ha avuto un ruolo fondamentale**.³¹

La frequenza con cui si collegavano, piuttosto che il tempo trascorso sui siti di social media, erano cause dei disturbi del sonno.

I ricercatori affermano che ciò potrebbe essere causato dall'eccitazione fisiologica prima del sonno e le luci intense dei nostri dispositivi possono ritardare i ritmi circadiani.

Mentre la luce di qualsiasi tipo può sopprimere la secrezione di **melatonina**, **la luce blu di notte lo fa in modo più potente**.

³¹ Primack, *The association between social media use and sleep disturbance among young adults*

In una ricerca da parte di Harvard ³² ha confrontato gli effetti di 6,5 ore di esposizione alla luce blu con l'esposizione alla luce verde. La luce blu ha soppresso la melatonina per quasi il doppio della luce verde.

Per questo motivo che tra il 2018 e il 2019, Google e Apple hanno deciso di inserire la modalità notturna nei loro dispositivi, rispettivamente nella versione Android 9 e nello smartphone iPhone

Ultimo, ma non per importanza, bisogna affrontare anche il delicato ruolo che hanno gli annunci pubblicitari esposti sui social.

Molti siti di social media visualizzano continuamente **annunci pubblicitari**, spesso annunci che prendono di mira le persone sulla base della loro navigazione oppure su **base demografica**, e che influenzano non solo le tendenze all'acquisto di preadolescenti e adolescenti, ma anche le loro opinioni.

Molti siti online vietano gli annunci sui siti in cui bambini e adolescenti stanno partecipando.

È importante educare i genitori, i bambini e gli adolescenti questa pratica in modo che i bambini possano diventare consumatori esperti di media e capire come gli annunci pubblicitari può facilmente manipolarli.

³² Harvard Health Publishing, *Blue light has a dark side*

2.4 Caso della Cambridge Analytica, fake news e polarizzazione della politica

Se fino ad ora abbiamo nominato i problemi esclusivamente della sfera personale, adesso è il momento di dedicarci all'impatto sociale e ai danni relativi ad essi che i social media possono causare.

“Abbiamo creato **un modello per prevedere qual è la personalità di ogni singolo adulto negli Usa** .

Prendiamo ad esempio il secondo emendamento, quello sul **diritto alle armi**: se conosci la **personalità degli elettori** che vuoi convincere puoi dare al tuo messaggio la giusta sfumatura **per raggiungere il target che desideri**.

Se vuoi raggiungere un tipo di elettore molto **nevrotico** e scrupoloso, serve un **messaggio** che sia allo stesso tempo **razionale e basato sull'emotività**.

Ad esempio, la minaccia di un furto con scasso in casa. Lo slogan potrebbe essere “La pistola è una polizza assicurativa molto persuasiva.”

Al contrario **per raggiungere personalità che abbiano a cuore la tradizione**, la famiglia e la comunità il **messaggio** potrebbe essere **un padre che insegna al proprio figlio a sparare** e che a sua volta tramanderà lo stesso insegnamento al proprio”.

Così **Alexander Nix**, CEO, presentava la sua **Cambridge Analytica**, un **istituto di ricerca** fondato nel 2013 e specializzato nell'**analisi psicometrica** degli utenti dei social network.³³

Attraverso l'analisi dei dati lasciati su Facebook, i ricercatori della Cambridge Analytica erano **in grado di costruire il profilo comportamentale** e le caratteristiche più importanti dell'identità di ogni utente.

Grazie al sistema del **microtargeting**³⁴ **comportamentale**, l'azienda (come tante altre del settore) riesce a fare pubblicità online personalizzata su ogni singolo utente.

Quando navighiamo in Internet, lasciamo alcuni dati in modo anonimo, e tramite programmi speciali, come quelli della Cambridge Analytica, questi dati possono essere messe insieme e ricondotte a una singola entità personale.

Nel 2015 un ricercatore dell'Università di Cambridge, Aleksandr Kogan, sviluppò l'app "**This is your digital life**", che permetteva agli utenti di **ottenere profili psicologici** e di previsione del proprio comportamento a partire dalle attività svolte online.

Per utilizzare l'app gli utenti dovevano registrarsi utilizzando il **Facebook Login**.

Quando si effettua un Facebook Login si accetta che il sito al quale ci si sta registrando ottenga alcuni dei nostri dati personali tra cui nome, cognome, indirizzo mail, sesso, età. La pratica è legale ed è

³³ The Great Hack- documentario

³⁴Microtargeting: tecniche di marketing diretto che implicano la segmentazione predittiva del mercato

chiaramente spiegata da Facebook che, al momento della registrazione, mostra una schermata riassuntiva delle informazioni che stiamo condividendo.

Nel 2015 l'app di Kogan raccolse oltre 270.000 iscrizioni.

Tra le informazioni che all'epoca Facebook consentiva di ottenere, c'erano **anche i dati relativi alla rete delle amicizie** e quindi potevano raccogliere anche i dati degli amici dell'iscritto all'app.

Secondo quanto riportato dal New York Times e dal Guardian, questa pratica, in seguito bloccata dalla stessa Facebook, **permise a Kogan di raccogliere** in poco tempo i dati di **oltre 50 milioni di utenti** del social di Zuckerberg, tra cui i loro interessi, le foto, i luoghi che avevano visitato. Un archivio enorme, che **Kogan condivise con Cambridge Analytica.**

Nel **2016** il comitato di Donald **Trump** affidò a **Steve Bennon**, vicepresidente della **Cambridge Analytica**, la raccolta dei dati per la sua **campagna elettorale** che fu decisiva per la sua vittoria alle elezioni presidenziali del 2016 contro Hilary Clinton.

Sono state spese fino a 1 milione di dollari al giorno in inserzioni su Facebook per la propaganda digitale della campagna elettorale di Trump: il progetto Alamo.³⁵

³⁵ Ivi, nota 32



“**In campagna elettorale non contano i dati ma le emozioni**, le paure e le preoccupazioni che possono suscitare delle reazioni” disse Mark Turnbull, direttore operativo della Cambridge Analytica, in un filmato ripreso da Channel 4.

Cambridge Analytica aveva a sua disposizione 5000 dati sensibili su ogni elettore americano e Steve Bannon e il suo team hanno costruito dei **contenuti personalizzati** per gli elettori influenzabili tramite articoli, video e inserzioni su ogni piattaforma, producendo soprattutto *fake news* (trad. bufale) e utilizzando **bot**³⁶ e account fasulli per alimentare l’odio razziale e screditare Hilary Clinton.

³⁶ programma autonomo che agisce come una persona

Ogni giorno venivano pubblicati **decine di migliaia di post**, soprattutto in occasione dei dibattiti tv e degli altri grandi appuntamenti elettorali: l'efficacia dei post veniva analizzata in tempo reale (sulla base, per esempio, delle risposte "a caldo") così da potere **privilegiare quelli che maggiormente erano in grado di influenzare le opinioni dell'elettorato**.

A fine del processo e del responso, **Mark Zuckerberg**, CEO Facebook, si è impegnato nel modificare e **riformare la policy di Facebook** al fine di prevenire eventi simili in futuro.

Ad aprile si è deciso di implementare il Regolamento generale Per La Protezione Dei Dati (GDPR) in tutte le aree, e non più soltanto nella zona europea.³⁷

Amazon sostiene di aver sospeso l'utilizzo del loro Amazon Web Services nei confronti di Cambridge Analytica nel momento in cui è stato reso noto che il loro servizio stava raccogliendo informazioni personali.

Anche in Italia, la banca **UniCredit** ha smesso di pubblicizzarsi e fare marketing su Facebook.³⁸

Nonostante la gravità delle accuse, non vi sono state conseguenze penali solo sanzioni civili ma anche in questo caso, grazie allo scandalo, c'è stata una **maggiore consapevolezza da parte degli utenti** dell'importanza della tutela dei dati personali.

³⁷ Wikipedia-*Scandalo Facebook-Cambridge Analytica*

³⁸ Ivi, nota 36

Non solo in America, ma anche nel resto del mondo la situazione non è stata dei migliori. Da segnalare gli episodi di **razzismo** (sempre “grazie” a **Facebook**) in **Birmania** e l’ascesa dei **governi dittatoriali**, “grazie” alla diffusione di **notizie false su WhatsApp**, come in **Brasile**, che mostrano ancora una volta la pericolosità della manipolazione tramite dati e delle fake news.

La sensazione che è emerso è che non solo gli elettori ma la democrazia stessa venga manipolata.

Nell’ambito delle notizie, le fake news non sono l’unico pericolo presente.

In occasione di un’intervista da Letterman, l’ex presidente **Barack Obama** affronta il problema della **polarizzazione della politica**:

“Gli **algoritmi** sul tuo telefono **rinforzano i tuoi pregiudizi** e i tuoi bias³⁹. Si creano dei meccanismi in cui qualsiasi siano i vostri pregiudizi, essi vi vengono rappresentati sempre di più, rafforzando il meccanismo. È quello che succede con le pagine su Facebook dove in tanti leggono le notizie. Ad un certo punto, ti ritrovi in una bolla personale. Ed ecco perché la nostra politica è così polarizzata al momento.”

³⁹ giudizio sviluppato sulla base delle informazioni in possesso, non necessariamente logicamente connesse

Questa descrizione dell'ex presidente degli Stati Uniti non è altro che la descrizione di ciò che viene chiamata "**Bubble Filter**" o "**Bolla di filtraggio**".

Si tratta di una situazione in cui **un utente di Internet incontra solo informazioni e opinioni che sono conformi e rafforzano le proprie convinzioni**, causate da algoritmi che **personalizzano l'esperienza online di un individuo**.

La personalizzazione potrebbe isolare gradualmente i singoli utenti nelle proprie bolle di filtro.

Vari siti web conservano i **cookies e i dati** di navigazione dei propri utenti in modo **da offrire loro un'esperienza sempre più personalizzata**.

Anche i social network, tramite algoritmi che registrano le preferenze degli iscritti e tramite i dati basati sulle loro interazioni , cercano di fornire la massima personalizzazione.

Il rischio maggiore è quello, appunto, della sempre più **polarizzazione**, soprattutto nell'ambito sociale e politico, che può portare a conseguenze disastrose.

Capitolo 3

La risposta delle aziende

3.1 I primi segnali: quali sono le mosse per rimediare da parte delle aziende tecnologiche?

“Se passiamo più tempo sullo smartphone che nella vita reale allora vuol dire che c’è qualcosa che non va perché i nostri devices devono servirci a migliorare la comunicazione nella nostra vita reale, non a svuotarla perché diventa virtuale”.⁴⁰

Con questa frase, **Tim Cook**, CEO di Apple, annunciò nel 2018 di essere favorevole alla moderazione dell’uso dello smartphone nonostante il ruolo coperto.

A lui si è unito successivamente anche **Tony Fadell**, ex ingegnere di Apple.

Secondo Fadell, **le aziende che producono smartphone hanno la responsabilità di affrontare il problema della dipendenza da essi** e dovrebbero inserire delle indicazioni sulla confezione dei dispositivi, come con le sigarette.

Grazie anche ai richiami di Fadell, nel settembre del 2018, **Apple**, nell’aggiornamento del nuovo sistema operativo iOS 12, ha inserito la funzionalità “**Tempo di utilizzo**” che permette di avere un primo approccio di **consapevolezza** riguardo a **quanto tempo passiamo**

⁴⁰ Tim Cook, nella conferenza mondiale degli sviluppatori

sullo smartphone e in particolare sulle varie app, compresi i social media.

Alla fine di ogni settimana iPhone fornisce un **report completo delle attività**. Grazie anche a questo report, è possibile attivare delle limitazioni di utilizzo per le varie app.

Pochi mesi più tardi anche **Android** ha seguito questa scia creando un servizio simile chiamato “**Benessere Digitale**”.

Inoltre, sempre nello stesso anno, entrambe le case **Google e Apple**, hanno inserito tra le funzionalità la “**dark mode**” per un **miglioramento del sonno** e soppressione di melatonina, come citato precedentemente.



Un altro episodio a favore da segnalare è la mossa, nel 2019, di **Instagram**, di **togliere** la possibilità di vedere **il numero dei like** sotto i post.

“Vogliamo che Instagram sia un luogo dove tutti possano sentirsi liberi di esprimere sé stessi. Ciò significa aiutare le persone a porre l’attenzione su foto e video condivisi e non su quanti Like ricevono”, spiega Tara Hopkins, Head of Public Policy Emea di Instagram. Una mossa che potrebbe aver giovato nella lotta contro la dipendenza da likes ma che forse, dall’altra parte, potrebbe aver aumentato l’utilizzo e la dipendenza dallo stesso noto social network.

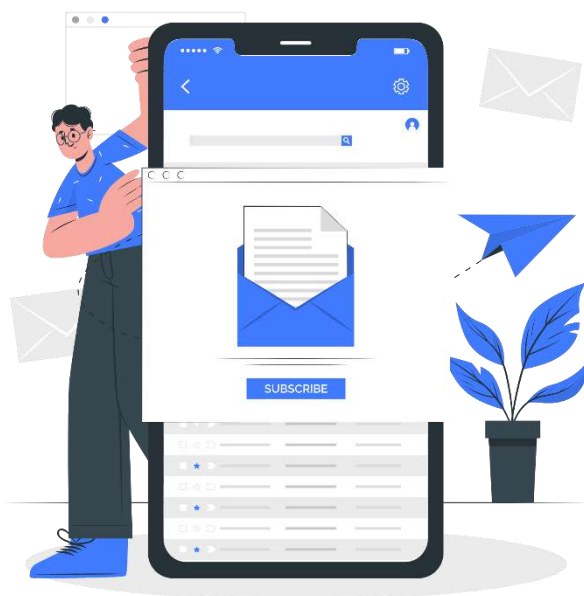
A proposito di Instagram, non si può non citare il documentario di Netflix **“The Social Dilemma”** uscito nel 2020 che ha avuto un **impatto enorme** sulla popolazione globale.

The Social Dilemma fa riferimento alle **implicazioni etiche e sociali dell’utilizzo della tecnologia** e a come i social media possono manipolare l’individuo.

Tramite le interviste di ex dirigenti delle aziende social (Google, Facebook, Pinterest) e a uno storytelling a tratti volutamente iperbolico sui possibili pericoli, **The Social Dilemma è sicuramente riuscito a far discutere della tematica** e a fare avere una consapevolezza maggiore sui pericoli dell’utilizzo del social.

3.2 Pubblicità sociale: il marketing a favore della moderazione

Se le grandi aziende tecnologiche hanno cercato di affrontare in qualche modo dei problemi sopra citati, come si sono mossi gli altri brand riguardo a questa tematica?



Attraverso un **video ironico** su YouTube⁴¹, la **Coca Cola** ha deciso di combattere la dipendenza da social network con un vero e proprio collare umano chiamato **Social Media Guard**.

“Ci sono momenti in cui i social ti tengono lontani dal mondo reale” così recita lo spot. La Coca Cola, mostra come grazie al social media

⁴¹ *Coca-Cola Social Media Guard, Youtube*

Guard, saremmo finalmente costretti a staccare le dita dalla tastiera e a **riscoprire le piccole emozioni quotidiane**, come quella di bere un sorso di Coca Cola.

Passando al settore del beauty dobbiamo citare il **#DigitalDetoxDay**.

Il **#DigitalDetoxDay** è un'idea del noto beauty brand **Lush**⁴², lanciata per il 5 settembre 2020.

Si tratta di una **collaborazione con #IAMWHOLE**⁴³, organizzazione per la salute mentale, e con la youtuber **Zoe Sugg**, con lo scopo di **riflettere sul proprio rapporto con i social media** e di tutelare la salute mentale.

La giornata è stata dedicata per viverla lontano dai social e di dedicare tempo ad attività di vita reale.

Per l'occasione è stata venduta anche la loro **bomba da bagno IRL**⁴⁴, molto utilizzato sui canali social per indicare i momenti nella vita reale in contrapposizione a quella digitale.

Il ricavato della bomba verrà devoluto ad associazioni impegnate nella tutela della salute mentale.

Le iniziative però, non sono state esclusivamente internazionali.

⁴² Noto brand di cosmetici

⁴³ Traduzione: "io sono sano"

⁴⁴ "In real life". Trad.: "nella vita reale"

In Italia, a lanciare il messaggio contro la dipendenza da smartphone e social, ci ha pensato **Lidl Italia**, con lo spot intitolato “**Benvenuta primavera: Cosa conta davvero?**”.

Nello spot pubblicitario, **Lidl Italia**, ha voluto cogliere l’occasione per dare il benvenuto alla primavera, incentivando gli utenti a godersi ogni piccolo secondo prezioso di questa stagione.

“Abbiamo perso di vista ciò che davvero conta perché viviamo in un mondo sempre più virtuale. Sappiamo vedere solo attraverso i filtri ma là fuori c’è la vita vera, straordinaria ed emozionante, in 3d, proprio davanti ai nostri occhi, dentro di noi, ovunque”.

Il video rappresenta le **due vite contrapposte**: da una parte una realtà quotidiana sempre più risucchiata dagli smartphone, e dall’altra una realtà raggiungibile (spegnendo lo smartphone), piena di emozioni e sensazioni di primavera.

Si tratta di una vera e propria presa di posizione da parte di una delle catene più famose nel nostro paese.

Come ultimo esempio abbiamo il noto brand **Porsche**, che attraverso la campagna “**Digital Detox Road Trip**” sottolinea l’**importanza delle esperienze reali**, mostrando allo stesso tempo le auto vendute dal brand.⁴⁵

⁴⁵ Gettravelinspired – *Go on a Digital Detox Road Trip with Porsche*

Grazie alla collaborazione con influencers come **Alvaro Soler** ⁴⁶e **Sorelle Amore**⁴⁷, lo spot enfatizza sulla **bellezza del loro viaggio** in Portogallo e **sull'effetto terapeutico della guida**, soprattutto **in contrasto con il mondo virtuale piena di stress**.

Porsche è riuscito a far empatizzare il proprio target con la tematica. Lo spot ha ottenuto **ben 100.000 visualizzazioni e 5.800 interazioni**.

⁴⁶ Noto cantautore spagnolo

⁴⁷ Influencer australiana

Conclusioni

Sarebbe sbagliato dire che i social media sono una cosa universalmente negativa, visto che apportano diversi benefici alle nostre vite come quelli già elencati nel primo capitolo.

Soprattutto in un momento storico come questo, di distacco e di isolamento sociale, i social media possono essere uno strumento inestimabile per tenersi in contatto con amici e con le persone care.

È chiaro che in molte aree non si sa ancora abbastanza per trarre conclusioni forti. Tuttavia, molte prove indicano un fatto: **i social media influenzano le persone in modo diverso, a seconda delle condizioni preesistenti e dei tratti della personalità.**

Come per le altre tentazioni dell'età moderna, un uso eccessivo per alcuni individui potrebbe essere sconsigliabile.

Al fine di identificare quanto i social media e l'affaticamento tecnologico sono dannosi per la nostra quotidianità, bisognerebbe **creare una relazione critica e riflessiva nei suoi confronti.**

L'obiettivo di questa tesi non è aderire a delle regole rigide per togliere lo smartphone dalla propria vita; l'obiettivo è quello di cercare di **fare delle scelte consapevoli**, deliberate e intenzionali che ci permettono di usare al meglio la tecnologia, piuttosto che permettergli alla tecnologia di avere controllo su di noi.

La parola chiave è: **consapevolezza.**

Nell'Era in cui viviamo, sovrastimolata di informazioni, bisogna assolutamente avere la consapevolezza dei benefici e dei danni che possono portare i social media, così da definire le proprie priorità e usare i mezzi digitali con la giusta moderazione.

Ringraziamenti

Vi stupirà scoprire con quanta facilità le persone possono uscire per sempre dalla nostra vita.

Per questo, quando trovate qualcuno che non volete è meglio che ve lo teniate stretto.

Un sincero grazie a tutte le persone che mi hanno permesso di raggiungere questo traguardo.

A mamma e papà. È solo grazie ai vostri sacrifici che oggi sono qui. Mi avete insegnato la fondamentale importanza dell'educazione e del rispetto verso gli altri.

Grazie ai miei di compagni d'avventura: Umberto, Sofia, Daria, Nazareno, Lucrezia, Riccardo Fioravanti, Alessandro, Simone, Giovanni e Riccardo Buldini.

I giorni passati insieme, le serate, i gruppi studio e le pause nei corridoi resteranno per sempre dei momenti indimenticabili. Grazie mille per il sostegno che mi avete dato.

Un grazie al mio amico Lorenzo Gautieri. Abbiamo condiviso i migliori anni del liceo e sono felice che ognuno stia trovando il proprio percorso che non pensavamo mai di trovarlo.

Ma sono ancora più felice che nonostante i percorsi diversi intrapresi, siamo riusciti comunque a rimanere in contatto e a essere pronti ad aiutarci a vicenda ogni volta che è necessario.

L'ultimo (ma non per importanza) ringraziamento va a Ilaria.

Sei una delle migliori persone che abbia mai conosciuto.

Non mi hai solo sostenuto e incoraggiato; mi hai insegnato cosa vuol dire veramente dedicarsi ad una persona.

Ci sei sempre stata, soprattutto nei giorni negativi.

Ogni volta in cui ho provato a rifugiarmi, tu mi hai tirato fuori.

In ogni litigio e stress, in cui trasformavo tutto in una lotta su chi poteva avere ragione, tu sei sempre riuscita a far calmare tutto.

Forse, ogni tanto io avevo ragione su qualcosa, ma visto dove siamo arrivati ora, grazie alla dedizione reciproca che mi hai insegnato, nel complesso: hai sempre avuto ragione tu.

Non perdere mai il tuo lato infantile, è quello che riesce a farci rimanere ancorati alla nostra più sana innocenza.

Accetta i tuoi difetti, come hai accettato i miei.

Grazie di cuore.

Bibliografia

Byung-Chul., 2015, *Nello sciame. Visioni del digitale*, Nottetempo.

Newport N., 2019, *Minimalismo digitale. Rimettere a fuoco la propria vita in un mondo pieno di distrazioni*, Roi Edizioni.

SITOGRAFIA

Agi – *Così le 'Stories' di Instagram e Facebook soffocano Snapchat*, 2017,

https://www.agi.it/innovazione/cos_le_stories_di_instagram_e_facebook_soffocano_snapchat-1696673/news/2017-04-21/

AJPM – *Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S.*, 2017,

[https://www.ajpmonline.org/article/S0749-3797\(17\)30016-8/fulltext](https://www.ajpmonline.org/article/S0749-3797(17)30016-8/fulltext)

American Academy of Pediatrics, Clinical Report – *The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families*, 2021,

<https://pediatrics.aappublications.org/content/pediatrics/127/4/800.full.pdf>

Ansa – *'Phubbing', come smartphone interferisce tra genitori e figli*, 2020,

https://www.ansa.it/sito/notizie/tecnologia/internet_social/2020/10/27/phubbingcome-smartphone-interferisce-tra-genitori-e-figli_f426be70-f303-48a2-96be-293df1759645.html

Brown J., *Is social media bad for you? The evidence and the unknowns*, 2018,

<https://www.bbc.com/future/article/20180104-is-social-media-bad-for-you-the-evidence-and-the-unknowns>

Cambridge Dictionary – *social media*,

<https://dictionary.cambridge.org/it/dizionario/inglese/social-media>

Chaudhry Z., *Is social media killing creativity?*, 2019,

<https://dailytimes.com.pk/429496/is-social-media-killing-creativity/>

Coca-Cola Social Media Guard, *Coca-Cola Social Media Guard*, 2014

https://www.youtube.com/watch?v=_u3BRY2RF5I

Digital Coach – *Storia dei social network*,

<https://www.digital-coach.it/storia-dei-social-network/>

Duccilli A., *Utenti social network: tutte le statistiche 2021*,

<https://cultado.com/utenti-social->

[network/#Quali sono i social network piu utilizzati in Italia](https://cultado.com/utenti-social-network/#Quali_sono_i_social_network_piu_utilizzati_in_Italia)

Fabrizi F., *Digital detox, un italiano su tre dipendente dalla tecnologia. Dato peggiore nell'Ue*, 2017,

<https://www.key4biz.it/digital-detox-un-italiano-tre-dipendente-dalla-tecnologia-dato-peggiore-nellue/195230/>

Faggiano I., *Che cos'è la 'Fear of Missing Out', l'ansia "social" degli adolescenti*, 2020,

<https://www.sanitainformazione.it/salute/che-cose-la-fear-of-missing-out-lansia-social-degli-adolescenti/>

Focus, *Adolescenti: troppo social fa venire problemi di ansia*, 2019,

<https://www.focus.it/tecnologia/digital-life/adolescenti-ansiosi-e-depressi-dopo-3-ore-di-social>

Focus, *Global digital report 2019: quanto tempo passiamo online e che cosa facciamo*, 2019,

<https://www.focus.it/tecnologia/digital-life/global-digital-report-2019-ecco-cosa-facciamo-online-e-quanto-ci-stiamo>

Focus – *Il caso Facebook e Cambridge Analytica in 7 domande e risposte*, 2018,

<https://www.focus.it/tecnologia/digital-life/il-caso-cambridge-analytica-facebook-data-leak-in-7-domande-e-risposte>

Gettravelinspired – *Go on a Digital Detox Road Trip with Porsche*, 2019,

<https://gettravelinspired.com/2019/08/12/go-on-digital-detox-porsche-road-trip/>

Goncalves S., Dias P., Correia A., *Nomophobia and lifestyle: Smartphone use and its relationship to psychopathologies*, 2020,

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S24519588203002>

Growth from Knowledge., *Un terzo degli italiani ammette di essere dipendente dalla tecnologia*, 2018,

<https://www.gfk.com/it/stampa/un-terzo-degli-italiani-ammette-di-essere-dipendente-dalla-tecnologia>

Harris T., *How Technology is Hijacking Your Mind — from a Magician and Google Design Ethicist*, 2016,

<https://medium.com/thrive-global/how-technology-hijacks-peoples-minds-from-a-magician-and-google-s-design-ethicist-56d62ef5edf3>

Harvard Health Publishing, *Blue light has a dark side*, 2020,

<https://www.health.harvard.edu/staying-healthy/blue-light-has-a-dark-side>

Harvard Health Publishing, *Will blue light from electronic devices increase my risk of macular degeneration and blindness?*

, 2019,

<https://www.health.harvard.edu/blog/will-blue-light-from-electronic-devices-increase-my-risk-of-macular-degeneration-and-blindness-2019040816365>

HelpGuide, *Bullying and Cyberbullying*, 2020,

<https://www.helpguide.org/articles/abuse/bullying-and-cyberbullying.htm>

HelpGuide, *Social media and mental health*, 2020,

<https://www.helpguide.org/articles/mental-health/social-media-and-mental-health.htm>

Hoermann D., *If you are not paying for the product, you are the product!*, 2020,

<https://medium.com/change-your-mind/if-you-are-not-paying-for-the-product-you-are-the-product-4dbc15b9a3f2>

Inside Marketing, *Contro la dipendenza dai social network? I "rimedi" dei brand*, 2017,

<https://www.insidemarketing.it/rimedi-brand-contro-dipendenza-social-network/>

Inside Marketing., *Digital Detox*, 2020,

<https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/digital-detox/>

Inside Marketing – *Filter Bubble*, 2018,

<https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/filter-bubble/>

Inside Marketing, *Information overload*, 2019,

<https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/information-overload/>

Inside Marketing – *I social network più famosi ed usati nel 2020: caratteristiche e dettagli*, 2020,

<https://www.insidemarketing.it/social-network-piu-famosi-nel-2020/>

Inside Marketing, *Onlife*, 2019,

<https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/onlife/>

Inside Marketing, *Phubbing*, 2019,

<https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/phubbing/>

Inside Marketing – *Social media*, 2020,

<https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/social-media/>

Inside Marketing, *Vamping*, 2020,

<https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/vamping/>

Leonardi M., *È tempo di vacanze all'insegna del 'digital detox' (lo dice anche Tim Cook)*, 2018,

https://www.agi.it/blog-italia/idee/digital_detox_smartphone_tim_cook_apple-4077235/post/2018-06-27/

Lidl Italia, *Benvenuta primavera: Cosa conta davvero?* 2019,

<https://www.youtube.com/watch?v=hHL8iJUJvQw>

- Lush**, *Cos'è il Digital Detox Day?*, 2020,
<https://it.lush.com/article/cose-il-digital-detox-day>
- Maxwell M.**, *Killing creativity: Is social media killing good art?*, 2020,
<https://www.businessknowhow.com/internet/social-media-killing-art.htm>
- McNaughton-Cassill M.**, *We're consuming too much media. It's time to detox our brains*, 2017,
<https://www.vox.com/2017/2/23/14669710/reprogram-brain-media-overload-political-fake-news>
- Kuss D., Griffiths M.**, *Online Social Networking and Addiction- A review of the Psychological Literature*, 2011,
https://www.mdpi.com/1660-4601/8/9/3528/htm?hc_location=ufi
- Migliorino G.**, *Tony Fadell: "Dipendenza da iPhone, un problema che Apple deve risolvere"*, 2017,
<https://www.iphoneitalia.com/668243/problema-dipendenza-iphone-fadell>
- Nelson P.**, *We touch our phones 2,617 times a day, says study*, 2017,
<https://www.networkworld.com/article/3092446/we-touch-our-phones-2617-times-a-day-says-study.html>
- Oxford Academic**, *Exposure to Room Light before Bedtime Suppresses Melatonin Onset and Shortens Melatonin Duration in Humans*, 2011,
<https://academic.oup.com/jcem/article/96/3/E463/2597236>
- Parkin S.**, *Has dopamine got us hooked on tech?*, 2019,
<https://www.theguardian.com/technology/2018/mar/04/has-dopamine-got-us-hooked-on-tech-facebook-apps-addiction>
- Perna M.**, *How a technology detox can save you from burnout*, 2020,
<https://www.forbes.com/sites/markperna/2020/07/15/how-a-technology-detox-can-save-you-from-burnout/?sh=41d48c192af8>
- Pickline**, *"Tempo di utilizzo", l'iPhone ci dice quanto usiamo app e siti web*, 2018,
<https://pickline.it/2018/09/22/tempo-utilizzo-iphone-dice-quanto-usiamo-app-e-siti-web/>
- PLOS**, *Differential physiological changes following internet exposure in higher and lower problematic internet users*, 2017,
<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0178480>
- Primack** – *The association between social media use and sleep disturbance among young adults*, 2016,
<http://www.primack.net/professional/articles/r079pm2016.pdf>
- Psicologi Online**, *Social network e influenza sulla nostra autostima*, 2020,
<https://psicologi-online.it/social-network-e-influenza-sulla-nostra-autostima/>

Pubmed – *Association of Facebook Use With Compromised Well-Being: A Longitudinal Study*, 2017,
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28093386/>

Pubmed – *Sleepless in Fairfax: the difference one more hour of sleep can make for teen hopelessness, suicidal ideation, and substance use*, 2017,
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/25178930/>

Repubblica – *Cyberbullismo, vittime 4 giovani su 10: più colpite le ragazze*, 2020,
https://www.repubblica.it/tecnologia/social-network/2020/02/05/news/cyberbullismo_vittima_4_ragazzi_su_10-247669861/

Repubblica – *Instagram rinuncia ai like: non saranno più visibili sotto i post*, 2019,
https://www.repubblica.it/tecnologia/social-network/2019/07/17/news/instagram_oscura_i_like_non_saranno_piu_visibili_sotto_i_post-231420219

ResearchGate – *Psychological effects of social networks during social isolation*, 2021,
https://www.researchgate.net/publication/348265942_Effetti_psicologici_dei_social_networks_durante_l'isolamento_sociale_Psychological_effects_of_social_networks_during_social_isolation

ScienceDirect – *Social networks' unnoticed influence on body image in Spanish university students*, 2017,
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0736585317304331>

Scientificamerican – *Are Social Networking Sites Controlling Your Mind?*, 2017,
<https://www.scientificamerican.com/article/are-social-networking-sites-controlling-your-mind/>

Shakya H. & Christakis N., *A new, more rigorous study confirms: the more you use facebook, the worse you feel*, 2017,
https://hbr.org/2017/04/a-new-more-rigorous-study-confirms-the-more-you-use-facebook-the-worse-you-feel?utm_campaign=hbr&utm_medium=social&utm_source=twitter

Signorelli A.D., *Dopamina e ricompense: come uno smartphone hackera il nostro cervello*, 2020,
<https://www.wired.it/attualita/tech/2020/09/24/social-dilemma-dopamina-effetto-smartphone-cervello/>

Starting Finance – *Linkedin: la storia del primo grande social network*, 2020,
<https://www.startingfinance.com/approfondimenti/linkedin-storia>

Statista – *Most popular social networks worldwide as of January 2021, ranked by number of active user*, 2021,
<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

Suciu P., *Should we all social media detox after the pandemic?*, 2020,
<https://www.forbes.com/sites/petersuciu/2020/05/07/should-we-all-social-media->

[detox-after-the-pandemic/?sh=7174a73064cf](#)

The New York Times, *Why We Can't Look Away From Our Screens*, 2017,

<https://www.nytimes.com/2017/03/06/science/technology-addiction-irresistible-by-adam-alter.html>

Thrive Global– *How Technology is Hijacking Your Mind- from a Magician and Google Design Ethicist*, 2016,

<https://medium.com/thrive-global/how-technology-hijacks-peoples-minds-from-a-magician-and-google-s-design-ethicist-56d62ef5edf3>

Trecciani – *filter bubble*, 2017,

https://www.treccani.it/vocabolario/filter-bubble_res-b92bdbdc-89c2-11e8-a7cb-00271042e8d9_%28Neologismi%29/

Trecciani – *Social Network*,

<https://www.treccani.it/enciclopedia/social-network>

Walton A., *6 ways social media affects our mental health*, 2017,

<https://www.forbes.com/sites/alicegwalton/2017/06/30/a-run-down-of-social-medias-effects-on-our-mental-health/?sh=772fc0242e5a>

Wikipedia – *Bolla di filtraggio*

https://it.wikipedia.org/wiki/Bolla_di_filtraggio

Wikipedia – *Bulletin board system*,

https://it.wikipedia.org/wiki/Bulletin_board_system

Wikipedia – *Clubhouse (app)*, [https://it.wikipedia.org/wiki/Clubhouse_\(app\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Clubhouse_(app))

Wikipedia – *Cyberbullismo*,

<https://it.wikipedia.org/wiki/Cyberbullismo>

Wikipedia – *Facebook*,

<https://it.wikipedia.org/wiki/Facebook>

Wikipedia – *Friendster*,

<https://it.wikipedia.org/wiki/Friendster>

Wikipedia – *ICQ*,

<https://it.wikipedia.org/wiki/ICQ>

Wikipedia – *LinkedIn*,

<https://it.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>

Wikipedia – *Myspace*,

<https://it.wikipedia.org/wiki/Myspace>

Wikipedia – *Scandalo Facebook-Cambridge Analytica*,

https://it.wikipedia.org/wiki/Scandalo_Facebook-Cambridge_Analytica

Wikipedia – *Sei gradi di separazione*,

https://it.wikipedia.org/wiki/Sei_gradi_di_separazione

Wikipedia – *SixDegrees.com*,

<https://it.wikipedia.org/wiki/SixDegress.com>

Wikipedia – *TikTok*,

<https://it.wikipedia.org/wiki/TikTok>

Wikipedia – *Twitter*,

<https://it.wikipedia.org/wiki/Twitter>

Wikipedia – *Whatsapp*,

<https://it.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>

Wikipedia – *Yahoo! GeoCities*,

https://it.wikipedia.org/wiki/Yahoo!_GeoCities

Wilcockson T., Osborne A., Ellis D., *Digital detox: The effect of smartphone abstinence on mood, anxiety, and craving*, 2020,

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0306460319300681>