Dalla A alla Z dei social: impariamo ad usarli non a subirli

Manifesto

Dalla A alla Z
dei **Social:**
impariamo ad
usarli non a
subirli

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Ansia da like



Ansia da like si riferisce all'ansia e allo stress legati alla necessità di ricevere un certo numero di "like" e feedback positivi sui propri post sui social media. È una forma di "ansia da performance sociale digitale" che deriva dalla pressione di apparire in modo impeccabile online e dal timore di ricevere un basso livello di consenso, compromettendo il benessere psicologico.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Body shaming



Body shaming è la critica o la derisione dell'aspetto fisico di una persona, come il peso, la corporatura o l'aspetto esteriore, con l'intento di umiliarla o farla vergognare. Può manifestarsi attraverso commenti offensivi, insulti o giudizi, sia online che nella vita reale, e può essere rivolto a sé stessi (auto-body shaming) o ad altri. Questo fenomeno è spesso alimentato dagli standard di bellezza irrealistici proposti dai media e dai social network.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Cyberbullismo



Cyberbullismo è una forma di prevaricazione e aggressione, volontaria e ripetuta nel tempo, compiuta tramite mezzi digitali come internet e smartphone. Si manifesta attraverso molestie, insulti, minacce, denigrazione, ricatto o diffusione di contenuti offensivi e dannosi per ferire e mettere a disagio la vittima, sfruttando lo squilibrio di potere e l'anonimato che il mondo virtuale può offrire.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Dipendenza digitale



Dipendenza digitale è un uso eccessivo e compulsivo di internet e delle tecnologie digitali che diventa patologico e compromette la vita quotidiana. Si manifesta con la trascuratezza del lavoro, dello studio e delle relazioni sociali a causa di un bisogno costante di connettersi a internet, portando a conseguenze negative sulla salute fisica, emotiva e mentale.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

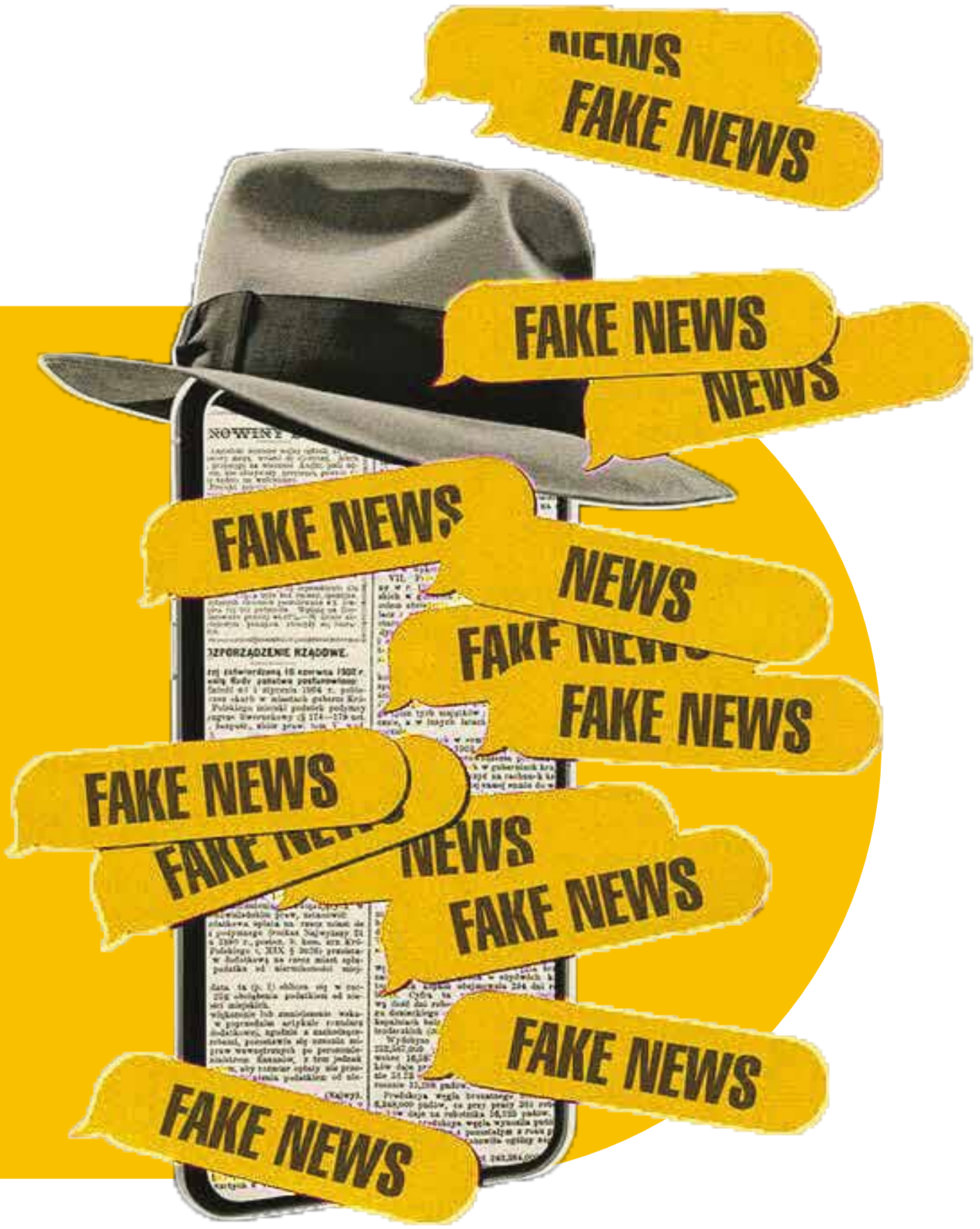
Empatia online



Empatia online è la capacità di comprendere e condividere sentimenti ed emozioni attraverso i mezzi di comunicazione digitale. Implica la capacità di leggere e interpretare le sfumature emotive presenti nei messaggi testuali, nelle immagini o nei video condivisi online, così come nella risposta empatica fornita attraverso questi stessi mezzi.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Fake news



Fake news un'informazione in parte o del tutto non corrispondente al vero, divulgata intenzionalmente o inintenzionalmente attraverso il Web, i media o le tecnologie digitali di comunicazione, e caratterizzata da un'apparente plausibilità, quest'ultima alimentata da un sistema distorto di aspettative dell'opinione pubblica e da un'amplificazione dei pregiudizi che ne sono alla base, ciò che ne agevola la condivisione e la diffusione pur in assenza di una verifica delle fonti.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Grooming



Grooming è adescamento online tramite chat e social network in cui un cyber predatore individua una giovane vittima, instaura una relazione dapprima amicale poi confidenziale ed intima per poi sfruttarla ai fini sessuali. E' un lento processo interattivo attraverso il quale il cyber predatore si "prende cura" del mondo psicologico della vittima.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

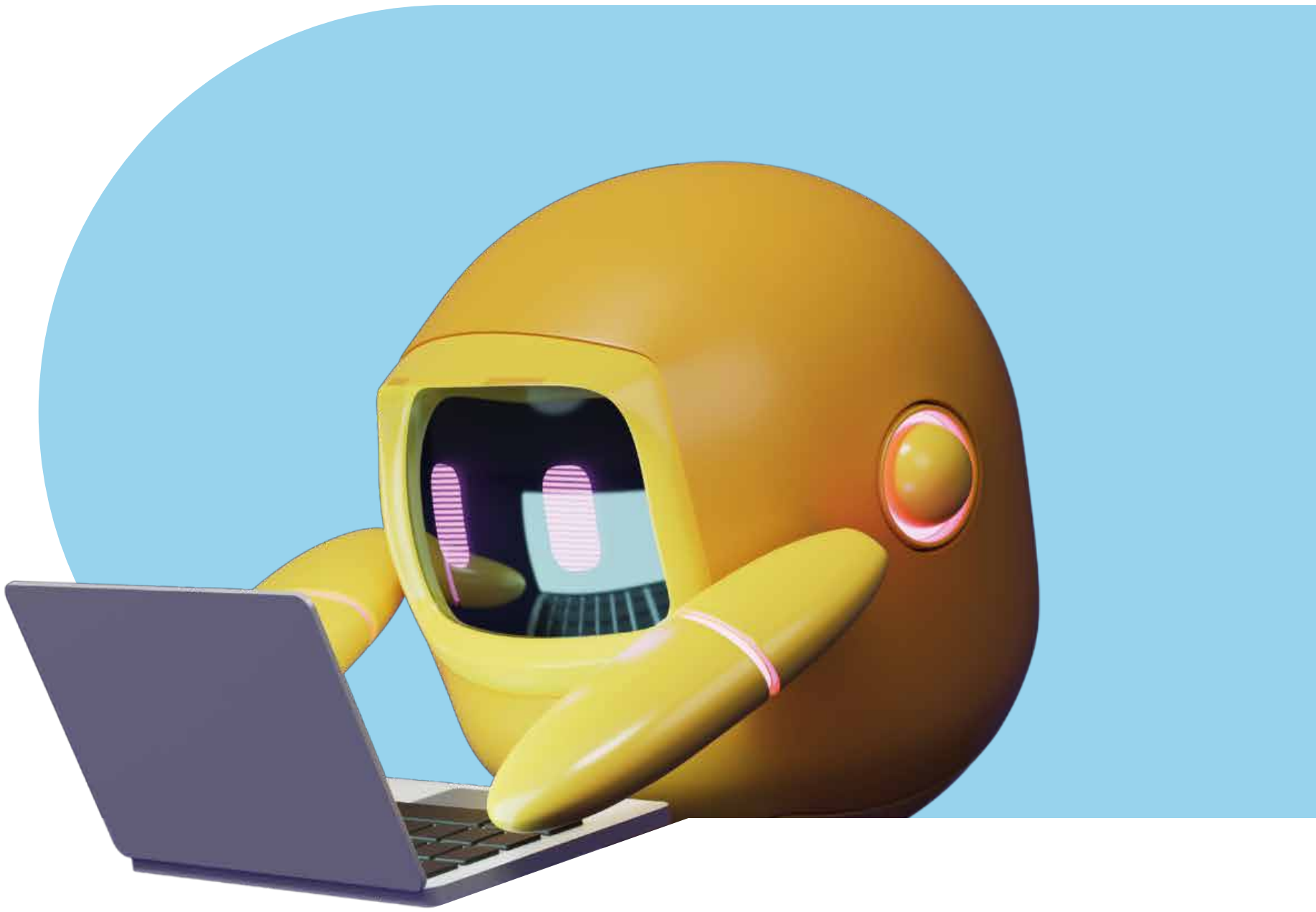
Hate speech



Hate speech si riferisce a qualsiasi forma di comunicazione (orale, scritta o comportamentale) che attacca, denigra, minaccia o promuove odio e discriminazione contro un individuo o un gruppo sulla base di caratteristiche come razza, etnia, religione, genere, orientamento sessuale, disabilità, nazionalità o origine. Questi discorsi possono includere incitamento alla violenza, stereotipi negativi, insulti e la diffusione di pregiudizi, spesso diffusi tramite social media.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Intelligenza artificiale positiva



Intelligenza artificiale positiva indica l'uso dell' intelligenza artificiale in modi etici, sicuri e utili per migliorare l'esperienza digitale e la vita delle persone, riducendo i rischi dei social media. Non si tratta solo di tecnologia, ma di scelte progettuali e comportamenti consapevoli, che permettono di sfruttare le potenzialità dell'IA senza creare danni psicologici, sociali o etici.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Joke offensiva



Joke offensiva è uno scherzo che causa offesa, insulto o umiliazione, mirando a provocare un sentimento negativo nella persona che la riceve. Può manifestarsi attraverso commenti, meme, messaggi o contenuti ironici pubblicati online. Si tratta di una forma di umorismo irrispettoso che può essere percepita come lesiva, oltraggiosa o sferzante, contribuendo alla diffusione di comportamenti tossici e al cyberbullismo.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Kid exploitation



Kid exploitation è il fenomeno in cui i minori vengono utilizzati come strumenti di visibilità, profitto o intrattenimento all'interno dei social network, delle piattaforme video e dei contenuti online. Può manifestarsi in diversi modi: genitori, influencer o agenzie che pubblicano foto, video o momenti di vita privata dei bambini per ottenere like, follower, sponsorizzazioni o guadagni economici.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Labeling



Labeling è il processo attraverso cui individui o gruppi vengono classificati e descritti con delle etichette, che possono essere positive o negative. Queste etichette sono create dalla società e possono influenzare significativamente il comportamento delle persone, portando a una forma di "deformazione" o di rinforzo, a seconda dell'aspettativa associata all'etichetta. La teoria del labeling si concentra sul modo in cui l'interazione sociale e l'etichettamento da parte di gruppi potenti possono contribuire alla devianza sociale.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Manipolazione mediatica



Manipolazione mediatica è l'uso di tecniche ingannevoli per creare un'immagine o una narrazione che favorisca gli interessi di un soggetto (un'azienda, un governo, un individuo), distorcendo le informazioni destinate al pubblico. Si differenzia dalla manipolazione psicologica e da quella dei dati, anche se può sfruttarne le dinamiche, poiché si concentra specificamente sull'uso dei mezzi di comunicazione di massa (stampa, televisione, internet) per influenzare la percezione e il comportamento delle persone.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Notorietà Tossica



Notorietà tossica è una forma di dipendenza psicologica e sociale tipica dell'era dei social media, in cui l'individuo sviluppa un bisogno eccessivo e costante di visibilità. Chi ne è coinvolto misura il proprio valore personale attraverso like, follower, visualizzazioni o commenti, arrivando spesso a modificare la propria identità o a compiere azioni estreme pur di attirare l'attenzione online.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

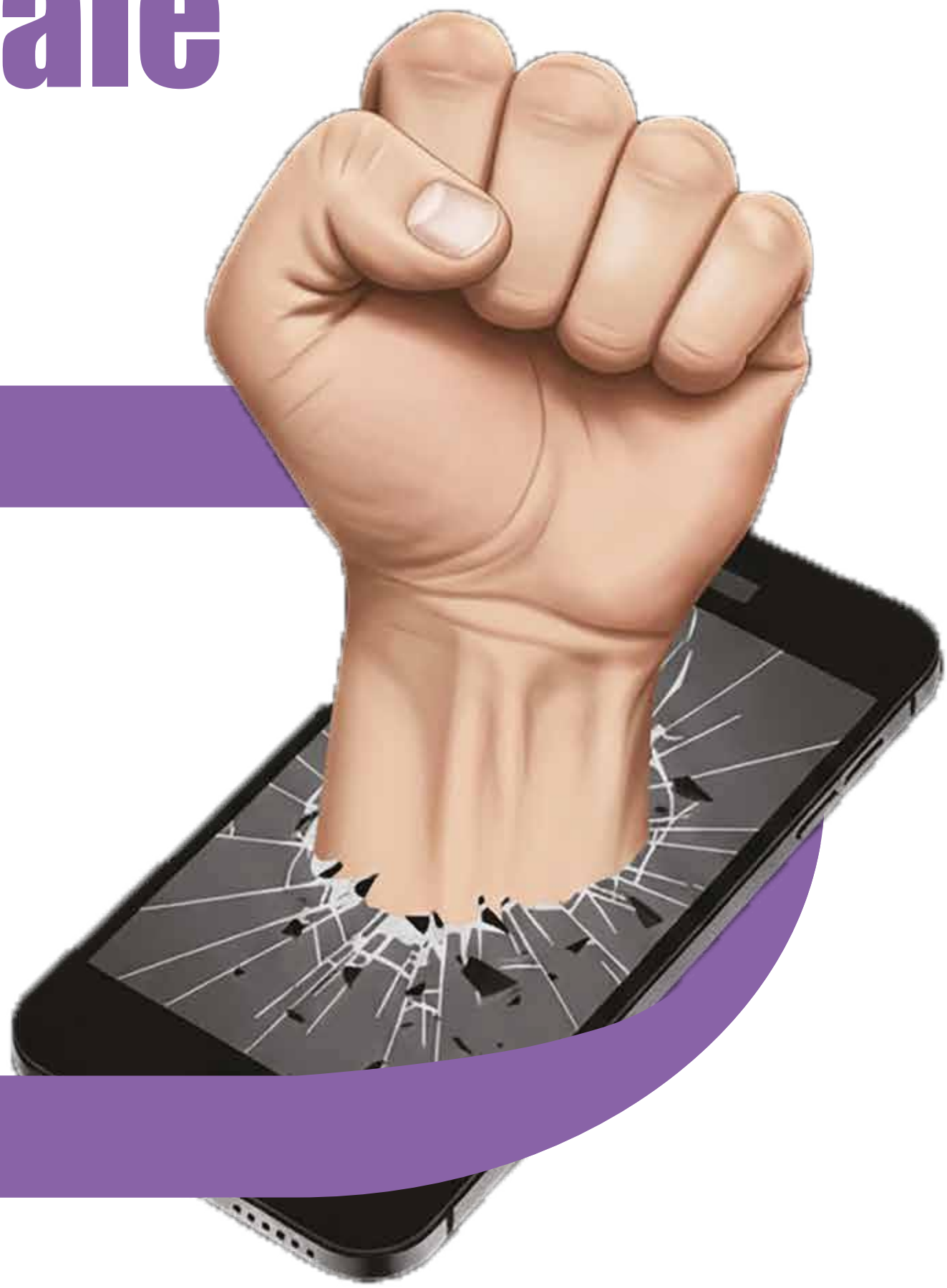
Oversharing



Oversharing è la condivisione eccessiva di dettagli personali, intimi o privati in contesti non appropriati, come sui social media o con persone con cui non si ha sufficiente confidenza. Può essere causato da un desiderio di riconoscimento, dalla costruzione di un'identità online o da condizioni psicologiche, e può portare a conseguenze negative come imbarazzo, perdita di privacy e cyberbullismo.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Propaganda digitale



Propaganda digitale è l'insieme di strategie e tecniche di persuasione utilizzate su canali elettronici (web, social media, app) per influenzare l'opinione pubblica, le opinioni o i comportamenti. Si avvale di strumenti come il microtargeting, l'uso di algoritmi e la creazione di contenuti artificiali per veicolare messaggi politici o ideologici in modo mirato e spesso poco trasparente.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

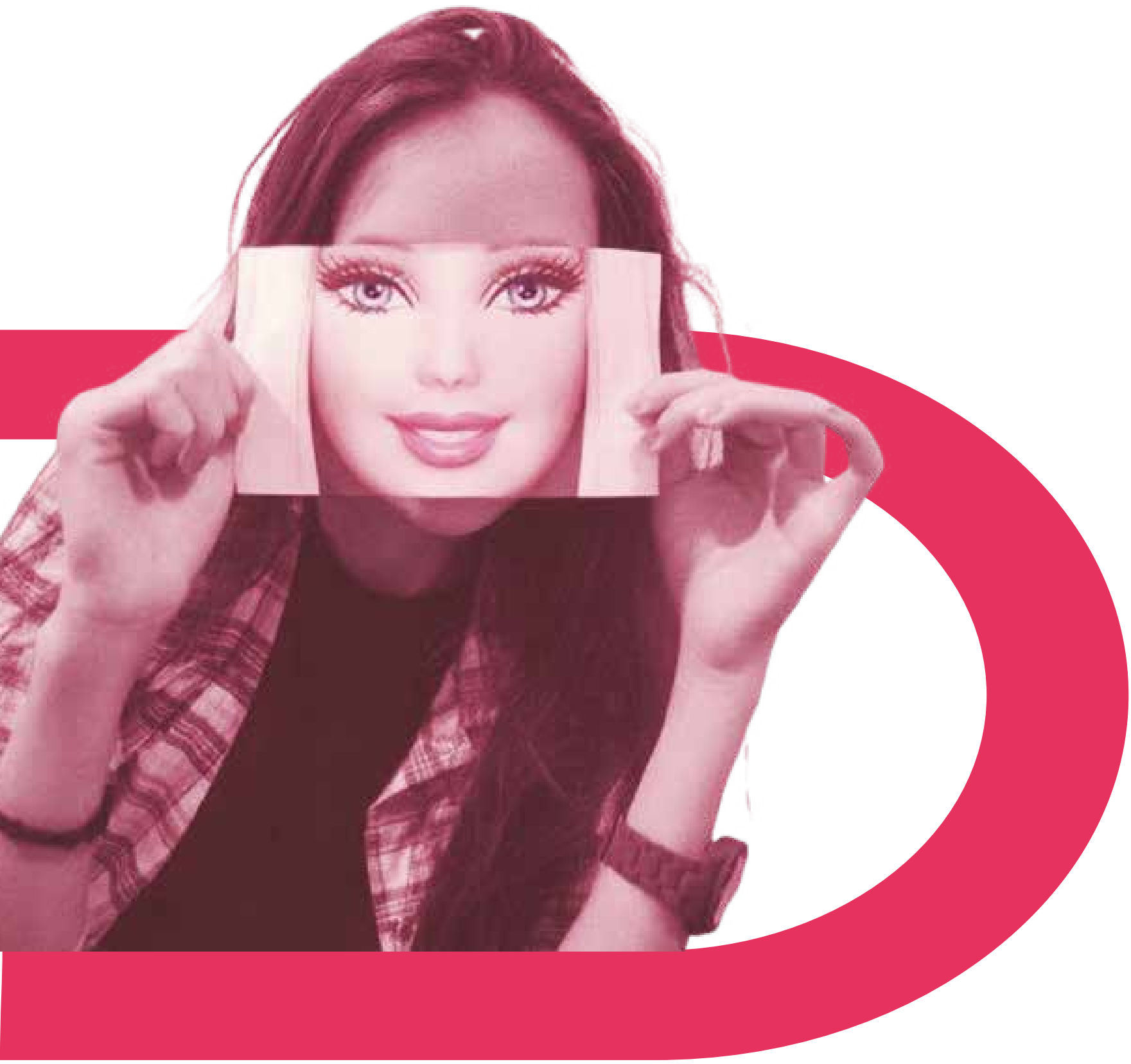
Quasi realtà



Quasi-realtà è la distorsione della percezione del mondo e di sé causata dall'uso prolungato e non critico dei social media. Si tratta di una realtà filtrata, selezionata e modificata, che appare autentica ma è solo una versione parziale o idealizzata della vita delle persone. Sui social tutto sembra più bello, più facile, più perfetto e questo crea una distanza crescente tra ciò che vediamo e ciò che viviamo davvero.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Realtà filtrata



Realtà filtrata si riferisce a un concetto che descrive la nostra percezione del mondo che viene modellata e delimitata da filtri, siano essi digitali (come algoritmi e social media) o psicologici (come convinzioni e pregiudizi personali). Nel contesto digitale, è l'idea che gli algoritmi possano personalizzare le informazioni che vediamo, creando delle "bolle di filtraggio" o "filter bubble" che ci isolano da punti di vista differenti.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Scam



Scam è un tentativo di truffa, inganno o frode progettato per ottenere denaro o dati sensibili online, spesso tramite tecniche di ingegneria sociale. Le truffe digitali includono varie forme di frode, come il phishing (e-mail ingannevoli che si spacciano per enti affidabili), la creazione di siti web falsi e le truffe basate su finte promesse economiche (come eredità o vincite).

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

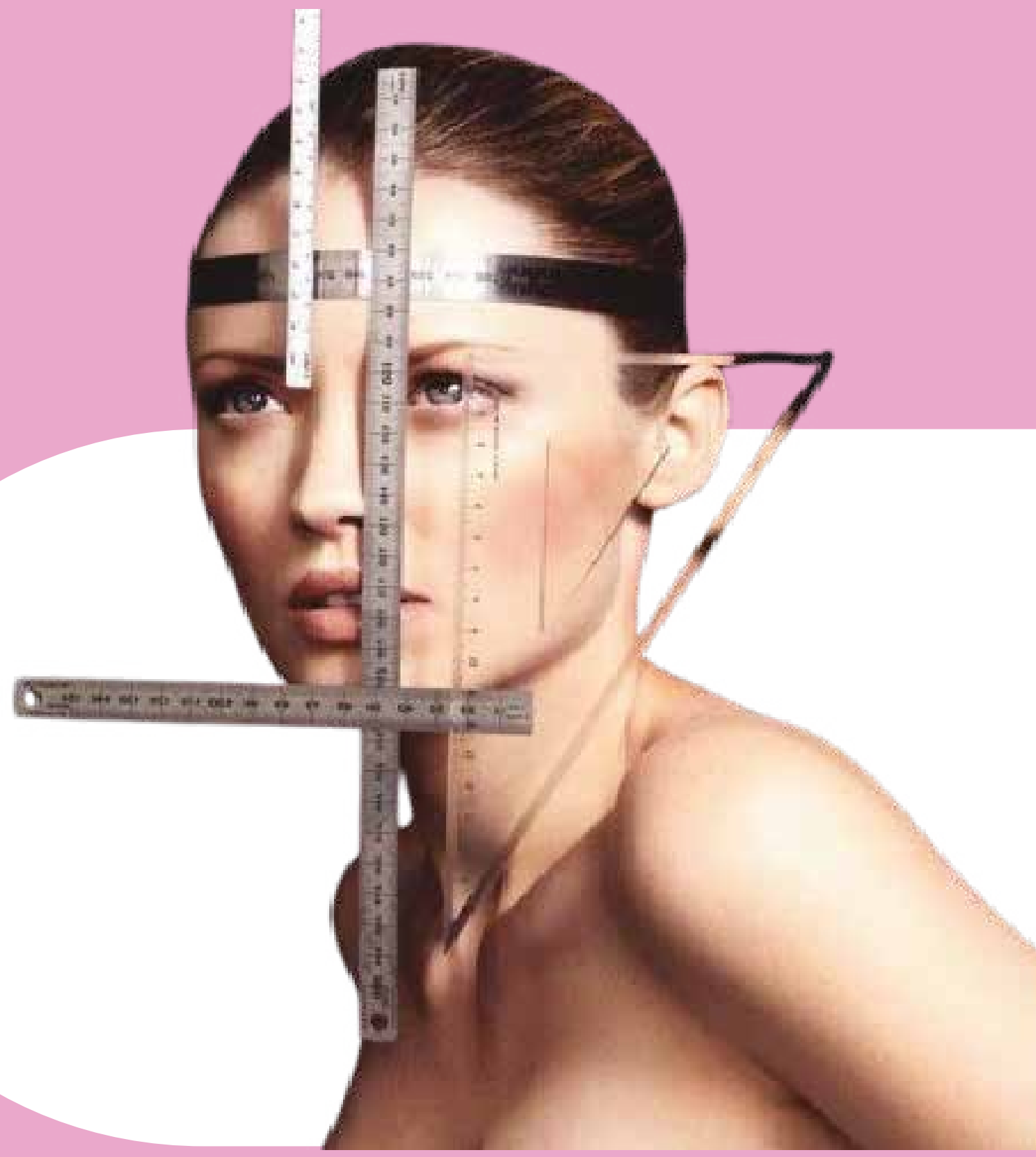
Time wasting



Time wasting si riferisce all'uso improduttivo di dispositivi e internet, che può manifestarsi come perdita di tempo in attività non essenziali, uso eccessivo dei social media o altre forme di distrazione. Questo può portare a conseguenze negative come il digital burnout (esaurimento digitale), riduzione della produttività e problemi di salute mentale e fisica dovuti allo stress o alla sedentarietà.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Unreal standards



Unreal standards sono modelli di perfezione fisica, estetica o sociale diffusi dai social media, spesso impossibili da raggiungere nella realtà.
Sono il risultato di filtri, ritocchi digitali, selezioni mirate e narrazioni parziali, che trasformano la vita quotidiana in una vetrina patinata di corpi perfetti, successi continui e felicità costante. Questi standard non rappresentano la realtà, ma vengono percepiti come tali creando un profondo divario tra ciò che si è e ciò che si “dovrebbe essere”.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Voyeurismo digitale



Voyeurismo digitale è la tendenza a osservare in modo ossessivo o compulsivo contenuti digitali di carattere sessuale o intimo, tra cui immagini, video, o profili online di altre persone, spesso senza il loro consenso. Si differenzia dal voyeurismo tradizionale perché si svolge principalmente online e può includere il furto di identità digitale o la diffusione di materiale privato per soddisfare impulsi sessuali.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Wrong identity



Wrong identity è la pratica di creare e utilizzare identità digitali che non corrispondono alla realtà, spesso sui social network o in piattaforme online. Può assumere forme diverse: dall'uso di nomi e foto falsi alla costruzione di un personaggio completamente inventato, fino alla gestione di più identità parallele per scopi differenti. Questa pratica può essere motivata da divertimento, curiosità, protezione della privacy, ma spesso comporta rischi psicologici, sociali e legali.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Xenofobia online



Xenofobia online è la manifestazione digitale di avversione e paura verso gli stranieri, espressa attraverso discorsi d'odio, discriminazione e pregiudizi veicolati online. Questo fenomeno si distingue per caratteristiche proprie come la permanenza dei contenuti, l'anonimato, la velocità di diffusione e l'ampia portata, che possono amplificare l'impatto rispetto alle interazioni offline.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Youth exposure



Youth exposure indica la possibilità che bambini e adolescenti entrino in contatto con contenuti digitali non adatti alla loro età, come violenza, pornografia, linguaggio offensivo, giochi d'azzardo o messaggi di odio. Si tratta di un fenomeno sempre più diffuso, poiché i minori accedono facilmente a dispositivi e piattaforme online, spesso senza supervisione adulta, e gli algoritmi dei social non sempre filtrano correttamente i contenuti.

Dalla A alla Z dei Social: impariamo ad usarli non a subirli

Zombie scrolling



Zombie scrolling è lo scorrimento compulsivo e automatico di notizie negative sui social media e siti web. Il comportamento è spesso guidato da un ciclo di ansia, in cui le persone cercano costantemente aggiornamenti preoccupanti su catastrofi, guerre o crisi, anche se ciò provoca stress e malessere. L'utente è in uno stato di "presenza assente" (lo zombie), dove il consumo passivo e ossessivo di notizie deprimenti diventa un'abitudine dannosa per la salute mentale e fisica.

Dalla A alla Z dei social: impariamo ad usarli non a subirli

Libretto


Dalla A alla Z
dei Social:
impariamo
ad usarli non
a subirli
Progetto realizzato da
Chen Giada e Piazza Lisa
Ansia da like
Dalla A alla Z
dei Social:
impariamo ad
usarli non a
subirli
SOCIAL

Notorietà tossica

Notorietà tossica è una forma di riconoscimento pubblico e visibilità legata a dinamiche di esposizione mediatica, spesso amplificata dai social media, in cui l'individuo diventa noto per comportamenti controversi, scandali o per la diffusione virale di immagini o video che lo ritraggono in situazioni imbarazzanti, offensive o problematiche. A differenza della notorietà positiva, che deriva da talento, competenza o contributi significativi alla società, la notorietà tossica si fonda su meccanismi di sorveglianza, giudizio e spettacolarizzazione, alimentati da piattaforme digitali che premiano l'engagement rapido rispetto alla riflessione. Questo fenomeno può avere conseguenze gravi sulla vita delle persone coinvolte, influenzando la loro reputazione, la salute mentale e le relazioni sociali, e sollevando importanti questioni etiche sul ruolo dei media e delle piattaforme nella costruzione e nella diffusione della fama.

Oversharing

L'oversharing è la condivisione eccessiva di dettagli personali, spesso a livello online, che può compromettere la privacy e la sicurezza. Questo fenomeno è particolarmente diffuso sui social media, dove gli utenti tendono a condividere informazioni, immagini o opinioni senza considerare le potenziali conseguenze a lungo termine. Le persone possono rivelare dettagli sulla loro vita quotidiana, posizione, relazioni o abitudini, rendendosi vulnerabili a rischi come furto di identità, stalking o manipolazione. L'oversharing può anche influenzare negativamente la reputazione professionale e personale, poiché ciò che viene pubblicato può essere visto da un pubblico molto più ampio di quello previsto. Inoltre, può contribuire a una cultura della comparazione sociale, dove gli individui si sentono costantemente giudicati o inadeguati rispetto alle vite apparentemente perfette degli altri. Per mitigare questi rischi, è importante sviluppare una consapevolezza critica sull'uso dei social media e adottare strategie per proteggere la propria privacy e sicurezza online.





Realtà filtrata

Realtà filtrata si riferisce a un concetto che descrive la nostra percezione del mondo che viene modellata e distorta attraverso filtri, siano essi digitali, come algoritmi di social media o app di fotoritocco, o psicologici, come convinzioni e pregiudizi personali. Nel contesto digitale, è l'idea che gli algoritmi personalizzano le esperienze online, creando delle "bolle di filtraggio" o "filter bubble" che ci isolano da punti di vista differenti.



Scam

Scam è un tentativo di truffa, inganno o frode progettato per ottenere denaro o dati sensibili online, spesso tramite tecniche di ingegneria sociale. Le truffe digitali includono varie forme di frode, come il phishing (e-mail ingannevoli che si spacciano per enti affidabili), la creazione di siti web falsi e le truffe basate su false promesse economiche (come eredità o vincite).

