

KAMgroup

IL 1° STUDIO DI COMUNICAZIONE D'ITALIA

Digital e Social **Narcisismo**

Più la tecnologia
progredisce, più l'homo
sapiens regredisce

ClassOneEditore

Class One Editore s.r.l.

Class One Editore s.r.l.

Corso Lodi no. 47 Milano (Italy)

servizi@classoneditore.it

www.classoneditore.it

Tutti i diritti riservati a norma di legge e a norma delle convenzioni internazionali.

Qualsiasi riproduzione, parziale o totale, anche a uso interno o a scopo didattico, priva dell'autorizzazione scritta da parte di CLASS ONE EDITORE s.r.l. sarà perseguita ai sensi di legge.

AUTORE: **Kambiz Giuseppe Pisano**

Isbn: 979-12-80637-11-6

Prima Edizione: Novembre 2022

Ai miei figli

Kian e
Natan (scomparso a 7 anni)

*A chi mi ha spronato e convinto a
condividere le mie esperienze.*

Il presente contributo è il frutto di ricerche e studi condotti in diversi anni. Il testo è integralmente scritto di nostro pugno, senza interventi di specialisti, ma solo di correttori.

La scelta di non lasciare in mano il testo a professionisti per una revisione è stata dettata dalla volontà di lasciare vergini i nostri concetti e di non alterarli.

Un ringraziamento profondo a tutti quelli che hanno partecipato.

Sommario

Introduzione	Pag. 011
Le aspettative che ci creiamo	Pag. 015
Perché Narciso?	Pag. 019
Reciprocità digitale: un like per un like	Pag. 021
L'ego del Narciso genera stress	Pag. 027
Meglio se siamo ammirati e riconosciuti	Pag. 037
Un like attira molti più likes	Pag. 051
Social, dopamina e pochi secondi di passione per emergere	Pag. 057
L'aspettativa e la sua incidenza	Pag. 067
Aumentare i propri followers attraverso l'uso degli interessi comuni	Pag. 079
La tecnica dello stereotipo	Pag. 091

I desideri influenzano l'influencer	Pag. 101
Gli errori nel valutare l'utilizzo dei social network	Pag. 113
Come perdere la capacità di giudizio	Pag. 123
La funzione del social	Pag. 131
Il rischio più grande: non ricevere più likes	Pag. 139
Le azioni ripetute hanno un senso logico nei social	Pag. 147
Le aspettative che il nostro cervello crea	Pag. 155
Conclusioni	Pag. 161

Digital e Social Narcisismo

Più la tecnologia progredisce, più *l'homo sapiens* regredisce

Introduzione

Viviamo di aspettative che ci costruiamo nella nostra mente, ma vederle realizzate è oggettivamente difficile.

Non solo viviamo di schemi mentali preimpostati ma questi si consolidano nel corso degli anni.

La condivisine di informazioni genera desiderio e poi invidia.

Chi non ha mai avuto l'opportunità di vedere un oggetto non può desiderarlo perché non ne conosce l'esistenza. Una volta visto, come per magia, **scatta il desiderio di volerlo.** Nel caso il desiderio non si possa concretizzare si scopre purtroppo **l'invidia.**

Il social è un conglomerato di informazioni e notizie che proseguono ininterrottamente per 24 ore. La comunicazione più efficace è il formato video non superiore a trenta secondi.

Un video postato dura trenta secondi, ma l'invidia delle persone che lo guardano spesso dura tutta una vita.

Un utente pubblica solo la parte più bella della sua vacanza, il fruitore, del video, non conosce l'andamento della vacanza di chi l'ha pubblicato, ma solo i trenta secondi più belli.

Quei pochi secondi bastano per creare un effetto dannoso: **il voler vivere la vita di un'altra persona.**

L'uomo nel social è costretto a crearsi un ruolo, perciò finge di essere quello che non è, esprime pensieri che non gli appartengono e si trasforma in ciò che non è. O meglio, **si trasforma in ciò che gli altri si aspettano di vedere arrivando ad esprimere quello che gli altri si aspettano di sentire dalla sua bocca.** In realtà può **esprimere solo un pensiero stereotipato che è il riflesso della cultura locale.**

Intanto il passivo fruitore continua a ruminare credendo che la sua vita sia uno "schifo" e che quella del suo "mito" sia bella e gioiosa **non rendendosi conto che il Narciso rivela qualcosa, ma ne nasconde tantissime altre.**

Non solo l'invidia nasce e cresce all'interno dell'etere, ma anche una maggiore chiusura mentale.

Si cercano solo persone che la vedono e pensano come noi. Non c'è più spazio al dialogo o all'ascolto, ma solo a ciò che è la nostra aspettativa. In questo modo **le informazioni che cerchiamo in rete sono solo quelle che devono confermare il nostro punto**

di vista. Non si verifica più la fonte, ma si avvalorano i pensieri degli altri.

La nostra mente viene plasmata nuovamente, l'ascolto passa in secondo piano e si prediligono concetti di massa, avvalorando un pensiero e distruggendone un altro per buono che poteva essere. Così si creano nuovi gruppi che tendono ad attirare un numero sempre maggiore di individui con lo stesso pensiero e ad allontanare gli altri.

Non di meno diamo molto peso alla nostra privacy, molti ne sono i sostenitori e allo stesso tempo tanti pensano che non esista. **La privacy nel sistema social permette all'individuo di mantenere integro la sua vera identità cosa che non può fare nel mondo reale.**

Le aspettative che ci creiamo

Io e il mio staff ci occupiamo dal 2000 di ricerca e studio nel campo delle scienze comunicative.

Attraverso la diffusione dei social networks il mondo della comunicazione e il modo di comunicare sono radicalmente variati, ma il mondo è rimasto tale e quale a prima.

Il social ha letteralmente raso al suolo molte delle vecchie abitudini e dei modi di fare e di interpretare la vita. Il social ha creato le condizioni per far nascere, crescere e estinguersi nuove specie come quella dell'influencer. Una nuova figura professionale, non più star del firmamento, ma comune mortale che vive la quotidianità.

Gli influencers creano propaganda, influenzando le opinioni dei loro followers e lanciando modo.

Il seguente contributo ha la finalità di dare al lettore un punto di vista opposto a ciò che

possono essere i preconcetti nati in parallelo ai social networks.

Ci siamo domandati cosa spinga l'influencer a compiere atti che possono ledere la sua persona dal punto di vista fisico e morale.

Come mai gli influencer cercano in tutti modi di mettersi in mostra e perché gli utenti fanno di tutto per incoraggiare i loro gesti non usuali?

È stata la propaganda che ha convinto gli utenti a darsi nuovi obbiettivi, come raggiungere milioni di likes o followers per avere successo?"

È giusto provare a raggiungere la notorietà mostrando il proprio corpo o comportandosi in modo innaturale?

Se qualcuno ha l'ardine di dare risposte negative agli interrogativi espressi, si sbaglia.

Pare infatti che il messaggio che oggi viene trasmesso sia diametralmente opposto ai vecchi postulati.

Non è più necessario avere alle spalle preparazione, studio, sacrificio, basta mettersi il più possibile in mostra.

Non ha importanza lo scotto che si dovrà pagare. L'approvazione e l'incoraggiamento arrivano sempre dall'algoritmo, che al momento opportuno premia o declassa l'influencer, e dal popolo con il pollice opponibile che valuta la prestazione con un like.

Il nostro sistema neurale è progettato per evolversi, per crescere e per svilupparsi, ma solo ed esclusivamente con sacrificio.

Mentre il social è progettato per una fruizione semplice e comprensibile. Al bando letture e approfondimenti, via libera a video di pochi secondi accompagnati da sottofondi musicali.

Chi nella realtà quotidiana pensa di non avere possibilità, in quella virtuale scopre che può farcela senza troppo sforzo.

Il fenomeno social funziona per via della sua semplicità. Quando avrà terminato il suo obiettivo allora non servirà più e si passerà a un nuovo sistema.

Il sistema social conosce bene il sistema cognitivo dell'uomo e ne fa buon uso.

I metodi usati dal sistema digitale di persuasione sono molteplici.

Intervengono anche i "bias" cognitivi che nutrono il sistema, hanno un ruolo determinante nel mantenere incollato il passivo fruitore alla scatola nera.

Abbiamo deciso di definirla scatola nera proprio perché nessuno è consapevole di cosa si celi all'interno del social.

Non solo la sua oscurità ma anche la sua profondità non consentono all'occhio umano di poterne vedere il fondo.

Perché fargli vedere il fondo, quando più semplicemente glielo si può far toccare?

Il protagonista di questo scritto è l'influencer che qui ribattezzerò il **Narciso**. L'obiettivo di questo libro è capire chi è **colui che plasma, e riplasma, in maniera perpetua la propria immagine al fine di crearsi un ruolo nella cangiante comunità digitale.**