

Impatto della Personalizzazione degli Algoritmi sul Giornalismo

Introduzione

Le dinamiche e le strutture della rete si basano, nel loro sviluppo e funzionamento, sugli algoritmi, vale a dire elenchi di istruzioni programmate per rispondere alle necessità degli specifici ambienti digitali e per consentire l'interazione tra gli utenti e gli stessi spazi virtuali.

Attualmente è evidente come l'esperienza di navigazione delle persone sia basata su una crescente personalizzazione dei contenuti digitali e quindi su delle logiche algoritmiche che governano le interazioni tra l'uomo e l'ambiente digitale, offrendo al primo servizi e contenuti di suo interesse, grazie ad una continua raccolta dati, utile proprio a profilare gli utenti e adattare le informazioni che vengono loro proposte.

Il Funzionamento degli Algoritmi

Nello specifico, gli algoritmi di profilazione si basano sull'analisi di dati "comportamentali" degli utenti che spesso includono la cronologia di navigazione con le singole ricerche effettuate, le specifiche interazioni sui social media (likes, commenti, condivisione di contenuti...), i dati personali lasciati volontariamente dagli utenti su pagine web e applicazioni per usufruire di alcuni servizi e, infine, la quantità di tempo trascorso a consultare specifici argomenti. Dunque, attraverso delle tecnologie basate su sistemi di machine learning e oggi sempre più sulla intelligenza artificiale, questi algoritmi sono in grado di "apprendere"¹ dalle azioni degli utenti e di identificare modelli d'azione frequenti, preferenze e bisogni.

Si può quindi assumere che la prima fase del processo di profilazione consista proprio nella raccolta di specifici tipi di dati, provenienti da una molteplicità di fonti digitali al fine di categorizzare i singoli utenti sulla base dei loro interessi e preferenze.

Il passaggio successivo alla raccolta dei dati ed alla categorizzazione è poi la personalizzazione dei contenuti.

Infatti, dopo aver creato un profilo dettagliato del singolo individuo, gli algoritmi utilizzano le informazioni raccolte per poter selezionare e proporre con maggior frequenza specifici elementi, strettamente correlati all'utente. Questa selezione e proposta può includere articoli di notizie, pubblicità mirate, servizi digitali. Nei social network, ad esempio, questo meccanismo è ben visibile nella proposta all'utente di contatti di altre persone (followers, amici...) reputate dall'algoritmo come affiliabili sulla base di interessi simili, per esempio. Il risultato è una crescente connessione tra utenti simili tra loro e la nascita di community virtuali di persone spesso caratterizzate da medesimi interessi, punti di vista e opinioni.

¹ Nel caso degli algoritmi, più che di apprendimento comunemente inteso, si può parlare di Addestramento

Infine, si ricorda che la personalizzazione estrema può portare allo sviluppo di un fenomeno denominato "bolla informativa" o anche "filter bubbles"² dove gli utenti sono esposti solo a contenuti che rafforzano le loro opinioni preesistenti, limitando il dibattito aperto e la diversità di opinioni.

Le Conseguenze della Personalizzazione

Se gli algoritmi su cui si basano i sistemi e le strutture digitali non sono statici, ma progettati per apprendere e migliorare continuamente attraverso l'analisi dei feedback degli utenti al fine di migliorare l'engagement, presentando loro contatti e contenuti che sono più in linea con i loro interessi e preferenze, è chiaro come tali funzionamenti implicino degli scenari nuovi rispetto i modi di conoscere, interpretare il mondo ed apprendere.

In particolare, risulta fondamentale che i soggetti sviluppino consapevolezza rispetto queste dinamiche digitali al fine di divenire cittadini consci e informati, capaci di interrogarsi frequentemente rispetto i tipi di notizie ed informazioni che vengono loro proposti dai media digitali. E' importante, dunque, che le persone siano formate all'applicazione di uno sguardo critico che consenta loro innanzitutto di analizzare il proprio comportamento online ed interrogarsi sulla natura delle notizie ed informazioni che tale comportamento può provocare in termini di proposta da parte delle piattaforme digitali. Infatti, se gli algoritmi tendono a proporre all'utente contenuti in linea con i suoi valori e punti di vista, è vero che le informazioni e le notizie proposte possano perpetuare modi di intendere la realtà, anche distorti e/o parziali, che si rafforzano in contenuti poco accurati se non volutamente falsi o fuorvianti.

Si ritiene che la conoscenza di questi meccanismi di profilazione e personalizzazione, unita ad un costante esercizio di riflessione circa il proprio comportamento online e i contenuti ricevuti, possano favorire anche la modifica degli stessi comportamenti in ambiente digitale, al fine di "addestrare" il più possibile gli algoritmi per ottenere risposte maggiormente variegata.

² Dal Web, URL:

https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles?subtitle=en&lng=it&geo=it

Attività Didattica

Si ipotizza la possibilità di svolgere almeno uno tra i due esercizi proposti i quali mettono al centro l'azione e la riflessione degli studenti, esercitando le conoscenze e competenze pregresse (comprese quelle trasversali) e vedono il docente come facilitatore e moderatore del processo di apprendimento.

Attività Opzione 1

Di seguito viene proposta un'esercitazione che permetta agli studenti di approfondire la comprensione del fenomeno della personalizzazione dei contenuti, partendo da analisi e confronti attivi rispetto i modi con cui uno stesso tema viene presentato a seconda dell'addestramento ricevuto dagli algoritmi che intervengono nelle piattaforme medial di uno specifico utente. Per questi motivi è necessario, durante l'esercitazione, che gli studenti possano analizzare e confrontare materiali trovati online su uno stesso tema ed una stessa piattaforma digitale, ma a partire da devices elettronici diversi le cui risposte specifiche sono determinate dal tipo di addestramento algoritmico ricevuto nel tempo dai loro possessori.

Materiali: smartphone connessi ad internet (1 per coppia), eventuali materiali di cancelleria, giornali (specie per la fase 6)

Tempo: flessibile, si consigliano circa 2-3 ore

Fase 1 → E' necessario dividere la classe in gruppi da quattro persone in modo che all'interno di ciascun gruppo, possano lavorare due coppie distinte. Ad ogni gruppo è assegnato dal docente uno stesso tema e ed entrambe le coppie, munite del dispositivo di uno dei due partecipanti alla singola coppia, cercano notizie a riguardo, secondo un tempo limitato, utilizzando un social media o motore di ricerca a scelta. E' importante, in questa fase, che entrambe le coppie utilizzino la medesima piattaforma, poiché questo mette in evidenza come i risultati delle ricerche differiscano a seconda dell'utente che esegue la ricerca. Inoltre, in questo momento dell'esperienza, le coppie possono scegliere di fare screenshot dei feed delle schermate dove compaiono le notizie sul tema ed utilizzare un quaderno per apporre una breve descrizione delle notizie individuate, secondo la traccia della seguente tabella:

RIFLETTI SU
Tema della Notizia:
Breve descrizione del video o del post:
Autore (chi è, che lavoro fa...?):

Fase 2 → In questa fase le coppie che hanno lavorato sulla stessa tematica si confrontano, riportando il gruppo a quattro persone, in modo da avviare una discussione a quattro rispetto quanto trovato al fine di analizzare le differenze principali tra le notizie che sono comparse, considerando, per esempio:

- eventuali temi ricorrenti
- punti di vista predominanti

Fase 3 → In questa fase del lavoro i singoli gruppi da quattro espongono a turno il processo di analisi svolto e anche quanto trovato, evidenziando le differenze individuate in merito al medesimo tema, cercato sulla medesima piattaforma, ma da dispositivi differenti. In questo momento il resto della classe può intervenire con osservazioni o domande e il docente ha il compito di supportare il processo dialogico, mettendo anche in luce le osservazioni rilevanti e quelle che meriterebbero maggiore attenzione

Fase 5 → In questa fase il docente, prendendo ad esempio quanto emerso dalle esperienze di analisi e confronto degli studenti, introduce ed approfondisce il tema della personalizzazione delle notizie date dall'azione degli algoritmi, facendo cenno anche al fenomeno delle filter bubbles, spiegando la necessità di essere a conoscenza di questi meccanismi al fine di interrogarsi sempre rispetto il tipo di notizie ed informazioni che si possono incontrare durante la propria esperienza di ricerca online e di come sia necessario esplorare punti di vista e credenze diversi dai propri.

Fase 6 → al termine delle fasi precedenti, l'insegnante pone una domanda stimolo in merito alla possibilità che anche la lettura di testate giornalistiche ufficiali possa essere influenzata dalla ricerca di conferme alle proprie credenze (che online si palesano grazie all'azione degli algoritmi) e avvia un successivo esercizio di analisi e paragone di medesime notizie, riportate da testate differenti.

Attività Opzione 2

In alternativa all'esercizio sopra è possibile affrontare il tema in maniera diversa, seguendo le fasi consigliate

Materiali: testo, strumenti di cancelleria

Tempo: flessibile, si consigliano 2 ore

Fase 1 → momento di brain storming in aula per introdurre l'argomento e anche per comprendere quali siano le conoscenze pregresse degli studenti rispetto il fenomeno degli Algoritmi e della personalizzazione dei contenuti che ne deriva

Fase 2 → divisione della classe in gruppi da circa tre persone ciascuno che a partire dal testo proposto possano discutere e riflettere sulla loro esperienza personale online, raccogliendo e descrivendo con esempi concreti questo fenomeno

Fase 3 → ciascun gruppo racconta alcune delle esperienze raccolte al resto della classe. In questa fase l'insegnante ha il compito di moderare la discussione ed intervenire, partendo dagli esempi degli allievi, per approfondire l'argomento