


SINAN ARAL

HYPE MACHINE



Come i social media sconvolgono le elezioni,
l'economia e la salute, e come dobbiamo adattarci

edizione italiana
a cura di

LUCA SERAFINI

 **guerini**
scientifica

Ecco cosa fare per accedere ai contenuti multimediali:

1. Collegati al sito www.guerinionline.it.
2. Registrati, quindi clicca sul titolo **Hype Machine**.
3. Gratta delicatamente il talloncino argentato in questa pagina in basso e inserisci il codice richiesto sul sito.
4. Da adesso puoi accedere ai contenuti multimediali del libro. Buona navigazione!

2197



Titolo originale: *The Hype Machine: How Social Media Disrupts Our Elections, Our Economy and Our Health – and How We Must Adapt* by Sinan Aral

Copyright © 2020 by HyperAnalytic, Inc.

Tutti i diritti sono riservati

©2021 Edizioni Angelo Guerini e Associati srl
via Comelico, 3 – 20135 Milano
<http://www.guerini.it>
e-mail: info@guerini.it

Prima edizione: luglio 2021

Ristampa: V IV III II I 2021 2022 2023 2024 2025

Traduzione di Luca Serafini

Publisher Andrea Stingo

Copertina di Donatella D'Angelo

Printed in Italy

ISBN 978-88-8107-449-5

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume/fascicolo di periodico dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633.

Le fotocopie effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da CLEARedi, Centro Licenze e Autorizzazioni per le Riproduzioni Editoriali, Corso di Porta Romana 108, 20122 Milano, e-mail autorizzazioni@clearedi.org e sito web www.clearedi.org.

Indice

- 7 Prefazione all'edizione italiana
Per una scienza dei social media: la Hype Machine
e il business delle emozioni
di Luca Serafini
- HYPE MACHINE
- 27 Prefazione
Pandemia: promesse e rischi
- 35 Capitolo 1
La Nuova Era Social
- 53 Capitolo 2
La fine della realtà
- 83 Capitolo 3
La Hype Machine
- 119 Capitolo 4
Il tuo cervello sui social media
- 135 Capitolo 5
La forza di gravità di una rete è proporzionale alla sua massa
- 153 Capitolo 6
Persuasione di massa personalizzata
- 177 Capitolo 7
Ipersocializzazione
- 189 Capitolo 8
Strategie per un mondo ipersocializzato

6	Hype Machine
217	Capitolo 9 Economia dell'attenzione e tirannia dei trend
241	Capitolo 10 Saggezza e pazzia della folla
271	Capitolo 11 Le promesse dei social media ne costituiscono anche i rischi
297	Capitolo 12 Costruire una Hype Machine migliore: privacy, libertà di espressione e antitrust nella Nuova Era Social
331	Ringraziamenti
335	L'autore
337	Bibliografia

Perché le fake news si diffondono più delle notizie vere? Possiamo proteggere le elezioni democratiche dai tentativi di manipolazione sul web? Qual è l'impatto reale del digital marketing? Sinan Aral ci guida con rigore scientifico e acume analitico in un viaggio attraverso questi e altri interrogativi, attingendo a un'ampia evidenza empirica frutto di vent'anni di ricerche. Per cogliere le potenzialità delle tecnologie digitali ed evitarne i rischi, ci addentriamo nel meccanismo che governa la «Hype Machine», il sistema integrato dei social media che ci stimola a mantenerci sempre attivi online, mentre ci espone ai condizionamenti dei grandi brand o degli hacker russi, in un frenetico mercato della persuasione e dell'eccitazione emotiva. In questo universo ipersocializzato, l'autore mette però in luce come, agendo su quattro specifiche «leve di comando» (modelli di business, codice informatico, norme sociali e leggi), sia ancora possibile orientare verso il bene comune la tecnologia che sta rivoluzionando il nostro mondo.

SINAN ARAL, data scientist e imprenditore, è David Austin Professor di Management al MIT, dove dirige anche l'Initiative on the Digital Economy ed è a capo del Social Analytics Lab. È cofondatore di Manifest Capital, un fondo di investimento in startup digitali, e ha collaborato con numerose aziende di prestigio nel settore media, tra cui Facebook, Yahoo, Twitter, LinkedIn e il *New York Times*. Fa parte del comitato consultivo dell'Alan Turing Institute e del British National Institute for Data Science.

LUCA SERAFINI, dottore di ricerca in Filosofia, è giornalista, caporedattore di *TPI* e docente di Sociologia della comunicazione e dei nuovi media presso l'Università LUMSA di Roma. È autore di monografie e di numerosi saggi pubblicati su riviste italiane e internazionali.

€ 25,00 (i.i.)

ISBN 978-88-6107-449-5



9 788881 074495

www.guerini.it