

22 agosto 2020 6:45

Incitamento all'odio: cosa possono insegnare i videogiochi ai social media (e al mondo reale)

di [Redazione](#)



La violenza non sempre genera violenza, i campi di battaglia possono essere più pacifici delle agorà. Almeno nel mondo virtuale. I giochi online sono passati dallo schermo e negli ultimi anni sono riusciti a limitare l'incitamento all'odio in proporzioni schiaccianti. Nel 2015, League of Legends ha ridotto di oltre il 40% le segnalazioni di linguaggio offensivo. Quattro anni dopo, Overwatch ha eliminato le segnalazioni di giocatori tossici di una percentuale simile. Questi due casi sono inclusi in una tendenza generalizzata. Molti social si sognerebbero di poter presentare figure simili, ma non è così facile. La preoccupazione di limitare l'incitamento all'odio ha successivamente raggiunto un ecosistema molto più complesso ed eterogeneo. La società tende a guardare dall'alto in basso l'industria dei videogiochi, ma ci sono molte cose che può imparare da essa. Questa è forse la più importante.

I videogiochi online non sono affatto un mondo ideale. È un ambiente competitivo, anonimo, testosterone e in gran parte privo di conseguenze. Queste circostanze hanno reso gli ambienti virtuali un terreno fertile per cyberbullismo, incitamento all'odio e insulti. Ma un certo numero di professionisti studia e limita queste pratiche da anni con notevole successo.

Celia Hodent è una di loro. Questo psicologo ha lavorato in giochi come Fornite (uno dei più popolari al mondo, con 61 milioni di utenti mensili) come direttore dell'esperienza utente. Per anni è stata consulente indipendente, attivista e autrice di saggi come *The Gamer's Brain* o *The Psychology of Video Games*. "L'industria dei videogiochi sta facendo un grande sforzo per affrontare il problema", afferma con convinzione. "Anche se resta ancora molto da fare, si stanno stabilendo codici di condotta, offrendo sistemi di segnalazione, espellendo giocatori ...". Hodent combina questi risultati nell'impersonale, ma potrebbe farlo in prima persona. È membro della FairPlay Alliance, associazione che riunisce grandi aziende e professionisti del settore per condividere problemi e soluzioni. Attualmente sta lanciando [ethicalgames.org](#), un codice di condotta e raccomandazioni che trascende il problema dell'odio online e affronta i dilemmi etici del settore.

Hodent ritiene che il mondo dei videogiochi abbia adottato misure più drastiche di quelle dei social network contro l'incitamento all'odio e attribuisce questa determinazione a una domanda pratica: "I comportamenti antisociali nei social network generano trazione e tendono ad essere più condivisi". "Nei videogiochi accade il contrario, i giocatori possono lasciare il gioco se sperimentano comportamenti tossici". L'odio sembra essere scambiato più o meno più in alto a seconda del mercato in cui viene venduto.

Un caso paradigmatico è quello di League of Legends. Con incassi di oltre un miliardo di dollari all'anno, le cose sembravano andare molto bene per il titolo di Riot Games. Tuttavia, studi interni hanno avvertito che la sua reputazione di gioco ostile potrebbe essere un ostacolo per attrarre e trattenere nuovi giocatori. Secondo questi, se un nuovo giocatore incontrava insulti razzisti, sessisti o omofobi nel suo primo gioco, aveva il 320% di probabilità in meno di giocare di nuovo.

Pertanto, nel 2014, l'azienda ha assunto un team di ricercatori per studiare le interazioni antisociali dei suoi utenti. League of Legends aveva quindi 67 milioni di giocatori mensili, consentendo agli scienziati di condurre esperimenti su una scala raramente raggiunta in contesti accademici. La rivista *Nature* è arrivata a descrivere questo mare di

dati come la "capsula di Petri" dove testare tutte le teorie sul comportamento antisociale.

L'esistenza di un team di ricercatori per questi scopi non è sorprendente nel mondo dei videogiochi. Ciò che rende speciale Riot Games è che tutti i suoi dati sono pubblici, qualsiasi accademico può analizzarli. È quello che Jeremy H. Blackburn, professore di informatica alla Binghamton University, ha fatto con diversi studi che hanno esaminato il comportamento tossico sia su Twitter che su League of Legends.

"In questo caso ho deciso di concentrarmi sulla figura del tribunale", spiega via mail a EL PAÍS. La corte era un'istituzione partecipativa della League of Legends. Attraverso questo meccanismo migliaia di utenti hanno provato e, se del caso, condannato i giocatori che avevano mostrato comportamenti tossici. Durante il servizio, dal 2011 al 2014, il tribunale è stato in grado di ridurre notevolmente l'incitamento all'odio nel gioco. Secondo Riot, il 74% dei giocatori che hanno ricevuto un avviso per posta da questo organismo (la punizione più lassista che poteva imporre) non ha avuto di nuovo un atteggiamento riprovevole.

Forum diverso, dinamiche diverse

La corte funziona, ma su piccola scala. Quando a Blackburn viene chiesto di una possibile estrapolazione di questa cifra a social network come Twitter, è scettico. "Potrebbe, ma il problema è la scalabilità. A causa dell'elevato volume di contenuti su Twitter, un sistema completamente basato sull'uomo è destinato a fallire", riconosce. Twitter ha 336 milioni di utenti attivi mensilmente, cinque volte di più di League of Legends. E questi, inoltre, scrivono più frequentemente messaggi molto più complessi. Non si tratta solo del numero di utenti, ma di come interagiscono. Nei giochi, la conversazione è limitata a piccoli gruppi e serve a coordinare una strategia. Le conversazioni su Twitter sono più complesse. E tutti possono dare la loro opinione.

Normare un comportamento riprovevole in un videogioco, tracciare un parallelo con il mondo reale, sarebbe come farlo nel campionato di calcio. Provare a fare lo stesso su Twitter sarebbe come regolamentare le conversazioni di un intero paese. In piccoli gruppi chiusi, l'incitamento all'odio può essere ridotto in modo più efficace. Ecco perché i social network come Facebook, che limitano l'interazione agli amici e ai membri di un gruppo, gestiscono meglio questi problemi. E, per lo stesso motivo, Twitter ha finito per dare ai suoi utenti la possibilità di limitare chi può rispondere ai loro tweet.

Non è la prima misura anti-bullismo che il social network ha replicato nel mondo dei videogiochi. Nel 2012, League of Legends ha visto trolling e name call calare in modo significativo dopo l'implementazione della proiezione di 24 messaggi e consigli che incoraggiavano un buon comportamento. I messaggi apparivano sullo schermo appena prima dell'inizio del gioco, condizionando notevolmente il comportamento del giocatore. La prevenzione, piuttosto che la punizione, dell'incitamento all'odio ha funzionato sorprendentemente.

Lo scorso maggio, Twitter ha effettuato un esperimento in quella direzione. Rispondendo ad un tweet con un linguaggio ritenuto offensivo, un messaggio chiedeva all'autore se era sicuro di ciò che stava per scrivere, incoraggiandolo a ripensare la risposta.

Blackburn ritiene che queste sinergie tra giochi e reti nell'affrontare l'incitamento all'odio potrebbero essere incoraggiate. Tuttavia, avverte che ogni ambiente virtuale ha le sue peculiarità e devono essere prese in considerazione. Secondo lui "i videogiochi sono piuttosto limitati dalle regole del gioco", a differenza dei social network dove c'è meno rigidità. D'altronde, sottolinea il professore, nei giochi "di solito c'è un obiettivo e l'atmosfera competitiva genera molta tossicità. Nei social network non esiste un ambiente realmente competitivo che iriti le persone". Almeno non dovrebbe esistere.

L'odio del rivale o il loro discorso contro di noi

Nei giochi online, il confronto tra le squadre rivali fa prevalere la retorica del "loro contro di noi", che le relazioni amichevoli tra i membri della squadra e l'inimicizia sono stabilite con il rivale. I videogiochi come Fornite, Overwatch o League of Legends basano le loro meccaniche di gioco sulla violenza contro il nemico. E questo a volte si sposta nella finestra della chat.

I social network non stabiliscono una distinzione tangibile, una storia di confronto; ma gli utenti finiscono per crearlo naturalmente, raggruppandosi attorno a idee politiche o posizioni su questioni attuali. Alla fine, la storia di loro contro di noi è stabilita e comportamenti antisociali fioriscono in questo modo tra coloro che la pensano in modo diverso. È in questo stato d'animo che emergono molti dei comportamenti antisociali. Questo è forse l'aspetto che i

social network dovrebbero almeno copiare dai videogiochi. Tuttavia, è quello che gli utenti sanno meglio come replicare. Anche se fortunatamente non è l'unico.

Nel 2018, il team di ricerca sui giochi di Overwatch, guidato dalla ricercatrice Natasha Miller, ha deciso di implementare un sistema di ricompensa per migliorare il lavoro di squadra. Miller ha affermato all'epoca che il comportamento tossico online si verificava a causa della mancanza di conseguenze sociali. "È una differenza tra le comunità fisiche e quelle online", ha detto in un comunicato stampa. "Se arrivi costantemente in ritardo e fai solo il minimo indispensabile al lavoro, non sarai promosso. Devi lavorare sodo per ottenere un aumento". Lo stesso dovrebbe accadere nell'ambiente online. L'aumento, nel suo gioco, consisteva in scrigni del tesoro e altri premi; duro lavoro, comportamento prosociale. E questo, va detto, è aumentato del 40% grazie al suo sistema di premiazione. L'idea non è solo quella di punire il comportamento negativo, ma di premiare il comportamento positivo. E questo, insistono gli esperti, è ancora quello predominante nel mondo online. Più del 99% dei contenuti e delle conversazioni su Twitter sono positivi, secondo i dati della piattaforma stessa. Lo stesso si potrebbe dire dei videogiochi. "In entrambi i mondi tendiamo a creare scambi sociali significativi, ad essere creativi e a cercare nuovi modi di connetterci con gli altri", riflette Celia Hodent. L'incitamento all'odio arriva a intossicare questo ecosistema. Il modo in cui lo affrontiamo determinerà l'ambiente futuro del nostro intrattenimento online.

(Articolo di Enrique Alpanes, pubblicato sul quotidiano EIPais del 21/08/2020)

CHI PAGA ADUC

l'associazione non **percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici** (anche il 5 per mille)

[La sua forza economica sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile](#)

DONA ORA (<http://www.aduc.it/info/sostienici.php>)