



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

Social media, identità personale e web reputation

Prof. Gianluca Gini

*Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione
Università degli Studi di Padova*

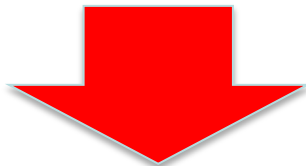


Focus della presentazione:

- ❖ Cos'è la web reputation personale?
- ❖ Quali caratteristiche dei social media giocano un ruolo significativo?



La **web reputation** si riferisce alla **reputazione online** di una persona fisica (o giuridica) ed è costituita dalla **percezione** che gli utenti del web hanno di quello specifico soggetto



La reputazione online di una persona fisica è il frutto delle attività compiute dalla stessa (e delle eventuali opinioni espresse dagli altri utenti)

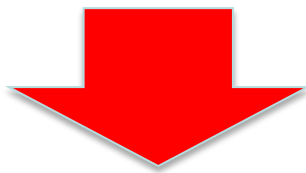


Come si forma e gestisce la web reputation?

- ❑ Modalità «esplicita»: *personal branding* (le attività di marketing applicate alla persona fisica)
- ❑ Modalità «implicita»: oggi devono essere incluse nella web reputation non solo **tutte le azioni che una persona compie online** (ad esempio una foto o un video postati sui social media), ma anche quelle **tracce apparentemente trascurabili** che si lasciano, come i commenti e i like ai contenuti altrui.



I social media sono diventati, soprattutto per gli adolescenti, un luogo quotidiano di relazione e di comunicazione



Per comprendere identità e comportamenti in adolescenza è oggi importante considerare anche il ruolo giocato dai social media con le loro caratteristiche specifiche (Nesi et al., 2018)



Transformation Framework (Nesi e colleghi, 2018)

I social media costituiscono un nuovo contesto sociale che contribuisce a trasformare le relazioni in adolescenza:

1. Cambiando la frequenza o immediatezza delle esperienze
2. Amplificando le esperienze e le richieste
3. Modificando qualitativamente la natura delle interazioni
4. Offrendo nuove opportunità per comportamenti compensatori
5. Creando comportamenti del tutto nuovi



Asincronia



fornisce più tempo per leggere i messaggi e preparare una risposta

Grazie all'asincronia gli adolescenti possono partecipare contemporaneamente a più conversazioni con i pari ed auto-presentarsi in maniera più attenta e selettiva mediante messaggi e foto



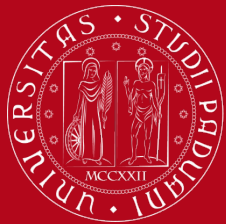
Permanenza



si riferisce alla misura in cui contenuti e messaggi rimangono accessibili nel tempo



Social media features		
	Asynchronicity	Permanence
Definition	Time lapse between aspects of communication	Permanent accessibility of content shared via social media
Application to Dyadic Friendship Processes	• More comfortable interactions with time to consider responses, especially during emotional conversations • May create greater relationship uncertainty, increase reassurance and feedback-seeking	• Impulsive requests for support remain visible to others for extended time • Allow for comparisons and co-rumination that extend over longer periods of time



Dimensione pubblica



indica i modi in cui gli adolescenti possono usare i social media per comunicare con un pubblico di coetanei, di adulti o di sconosciuti ad un livello di ampiezza che non sarebbe possibile offline



Disponibilità



facilità con cui si può accedere ai contenuti e condividerli

Una caratteristica che definisce la disponibilità è la rimozione delle barriere, in primo luogo fisiche, della comunicazione



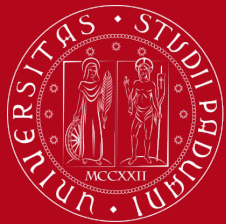
Publicness	Availability
Accessibility of information to large audiences • Can receive support from wide network • Need to “prove” friendship connections through public relationship displays • Unskilled interpersonal behaviors (e.g., reassurance-seeking) visible to large network	Ease with which content can be shared, regardless of physical location • Immediate, frequent access to social support • Create expectations of constant accessibility • Causes media multitasking • Can stay in touch with geographically distant friends • Opportunity for “online exclusive” friendships



Assenza di segnali



la mancanza di presenza fisica nella comunicazione via social media spesso impedisce l'accesso a informazioni interpersonali quali il tono della voce, i gesti, le espressioni facciali e riduce i modi con cui le informazioni possono essere veicolate



Quantificabilità



riguarda il grado in cui i social media forniscono “metriche sociali”, in un modo che non è possibile offline

Esempi di indicatori quantificabili molto comuni nei social media: numero di “like”, “retweet”, condivisioni, visualizzazioni, numero di amici e follower

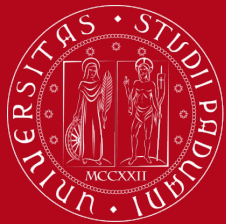


Visualità



La misura in cui i social media enfatizzano la condivisione di foto e video

Visualità si riferisce in particolare al fatto che una determinata piattaforma enfatizza l'uso di immagini (es., foto) con contenuto piacevole, shockante o umoristico, così come l'uso di filtri migliorativi dell'immagine personale



Cue absence	Quantifiability	Visualness
Degree to which physical cues absent • Social support may be less rich • Lack of practice of social skills • Increased comfort and self-disclosure, particularly for socially anxious youth • Easy to misinterpret comments • Disinhibition could lead to increased problematic behaviors, self-disclosure	Allowance for countable social metrics • Create new expectations for friendship with likes, comments, “scores” • Quantifiability of support may increase disclosure of more dramatic information • Quantifiable reinforcement of problematic behaviors	Extent to which photographs and videos are emphasized • Opportunities for more visual communication with friends through photographs • Focus on how friendships appear to others • Expectation that friends comment on appearance



Implicazioni educative

Nell'educazione alla gestione della web reputation e, più in generale, all'uso consapevole e responsabile dei social media, è importate dare spazio alla conoscenza e alla comprensione delle caratteristiche di funzionamento dei social media che possono influenzare i nostri comportamenti online



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

Grazie per l'attenzione

gianluca.gini@unipd.it