



ALESSANDRO
TARICIOTTI

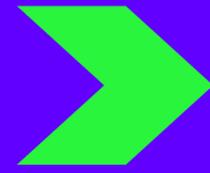


CYBERPSICOLOGIA

La reputazione online: costruzione, gestione e impatto nel mondo digitale

- Presentazione del tema e della sua rilevanza per la psicologia (psicologia dell'identità, psicologia sociale, psicologia dei media)
-

26 marzo 2025



ONLINE È UNA PERENNE RIVOLUZIONE

Io digitale: identità e reputazione nel mondo online

Viviamo in un mondo in cui buona parte della nostra vita si svolge online.

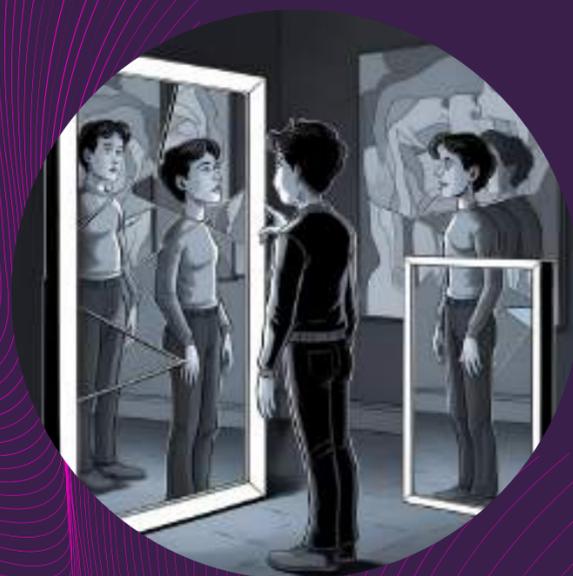
Lavoriamo, socializziamo, condividiamo opinioni, e perfino costruiamo relazioni affettive attraverso piattaforme digitali. In tutto questo, la nostra immagine online – la nostra reputazione digitale – ha un peso sempre più rilevante, sia nella vita personale che in quella professionale.



**QUESTI TEMI VANNO ANALIZZATI
INTRECCIANDO TRE AMBITI PRINCIPALI
DELLA PSICOLOGIA:**



ALESSANDRO
TARICIOTTI



**Psicologia
dell'identità**



**Psicologia
sociale**



**Psicologia dei media e
del comportamento
digitale**

26 marzo 2025

- 
- **La creazione dell'identità** non è mai un processo esclusivamente interno: **si sviluppa e si trasforma nel tempo anche grazie al riconoscimento sociale.**
 - Erikson descriveva lo **sviluppo dell'identità come un viaggio** in cui **l'individuo cerca armonia tra il suo essere e ciò che presenta al mondo.**
 - **Nell'era digitale, questo diventa più complesso:** possiamo "modellare" la nostra immagine, ma rischiamo anche di perdere il controllo su di essa.



Psicologia dell'identità



ALESSANDRO
TARICIOTTI

**“Siamo sempre noi,
anche quando siamo
online? O diventiamo
qualcos'altro?”**

PSICOLOGIA SOCIALE

LA REPUTAZIONE SI FORMA NEL GIUDIZIO ALTRUI. LIKE, COMMENTI E VISUALIZZAZIONI SONO STRUMENTI DI APPROVAZIONE E PRESSIONE SOCIALE.

CONFORMISMO, EFFETTO
ALONE, NORME DEL GRUPPO

Reputazione = percezione condivisa





Psicologia dei media

I **media digitali** influenzano il
comportamento e la percezione di sé.

Ci spingono a reagire, mostrarsi e
confrontarsi in modo costante.



ALESSANDRO
TARICIOTTI

26 marzo 2025



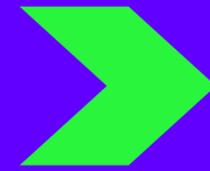
Architettura delle piattaforme = influenza comportamentale

"La mente è
sempre
connessa?"

26 marzo 2025

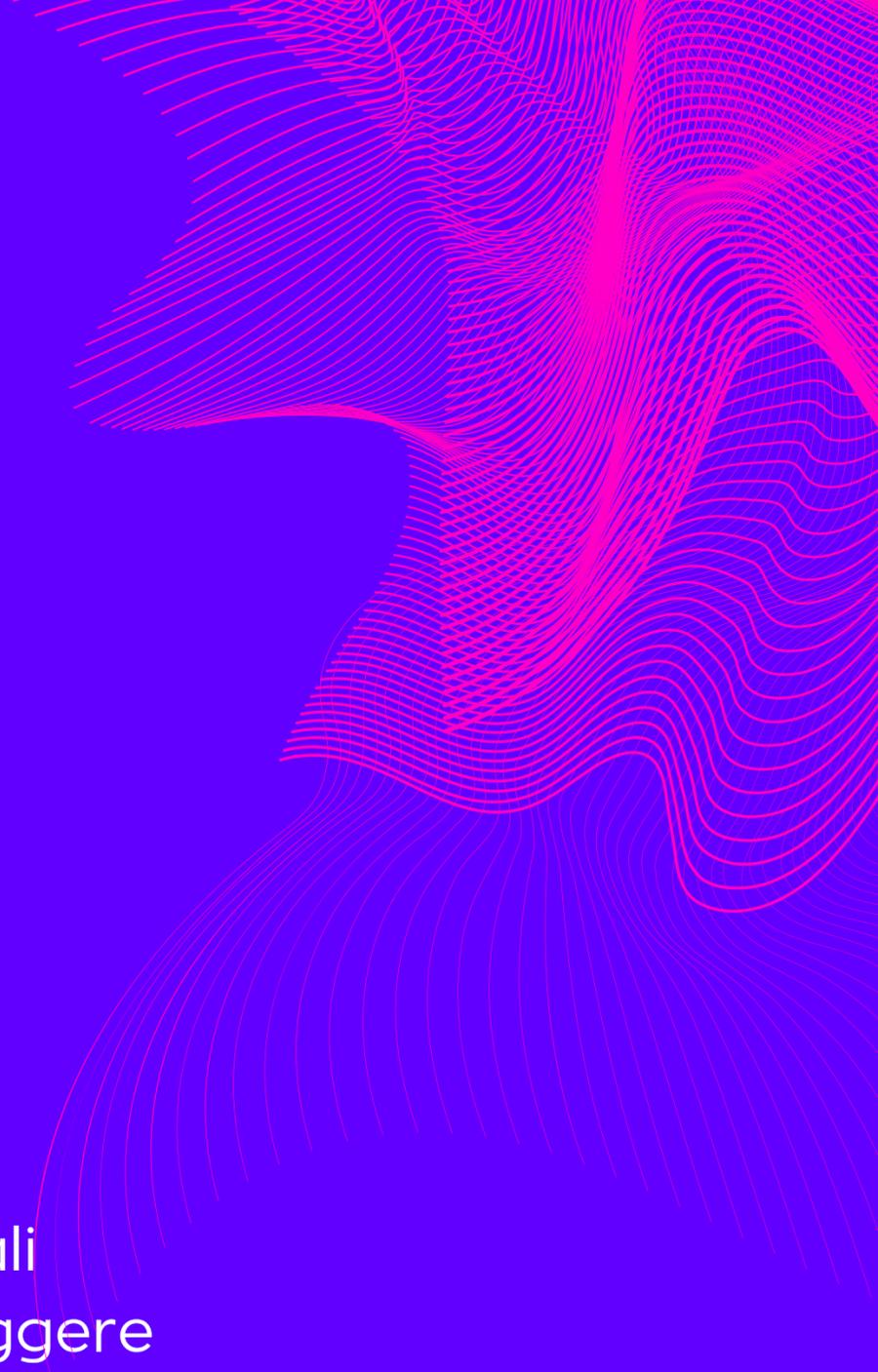
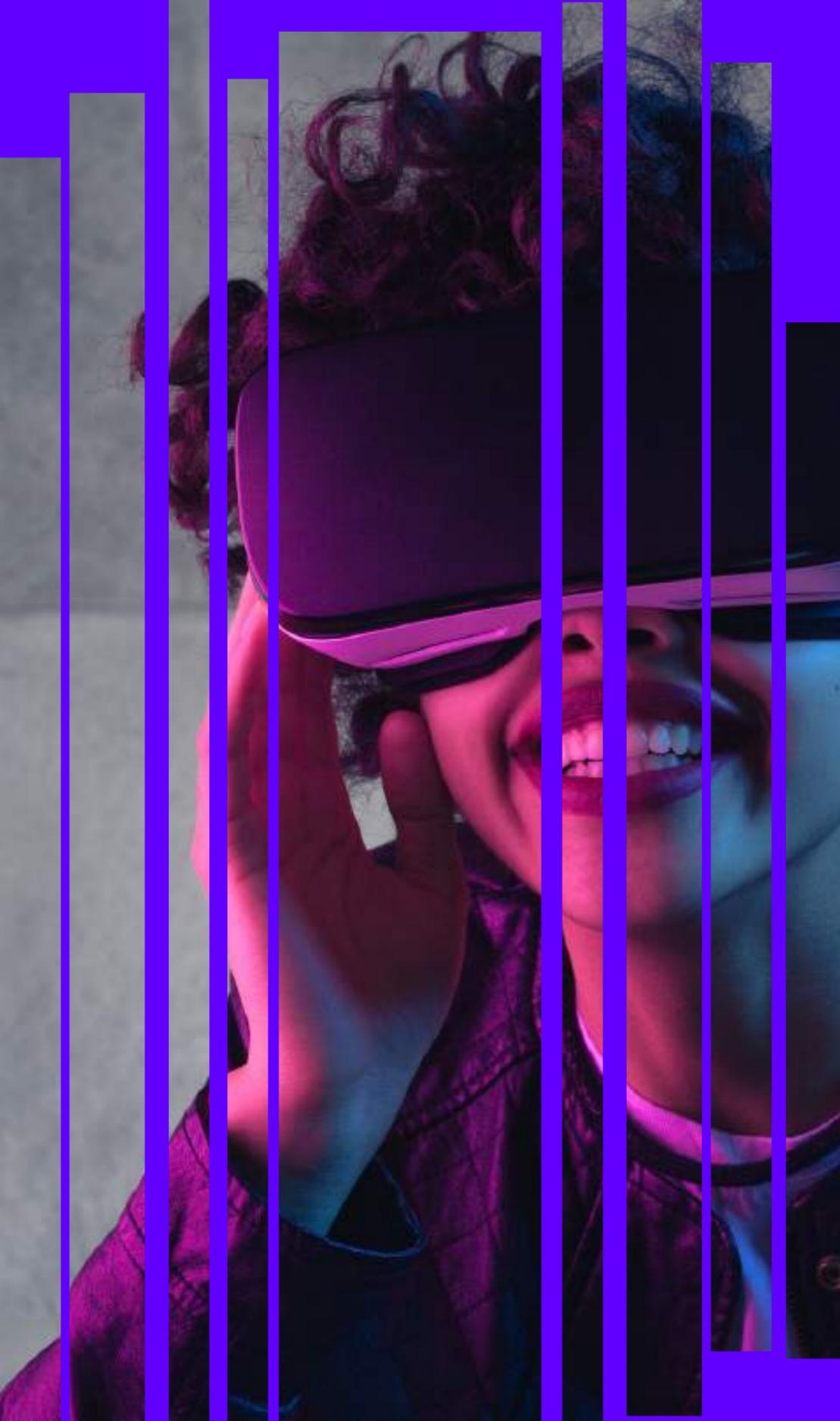


ALESSANDRO
TARICIOTTI



Obiettivi

- Comprendere cosa si intende per reputazione online
- Conoscere i meccanismi della sua costruzione e diffusione
- Riflettere sugli effetti psicologici e sociali
- Analizzare come si può gestire e proteggere la propria immagine online





Cos'è la reputazione online?

- Definizione di reputazione (offline e online)
- Differenza tra identità digitale, immagine digitale e reputazione
- Ruolo dei social media, motori di ricerca, recensioni, community
- Il concetto di "impronta digitale" (digital footprint)



ALESSANDRO
TARICIOTTI

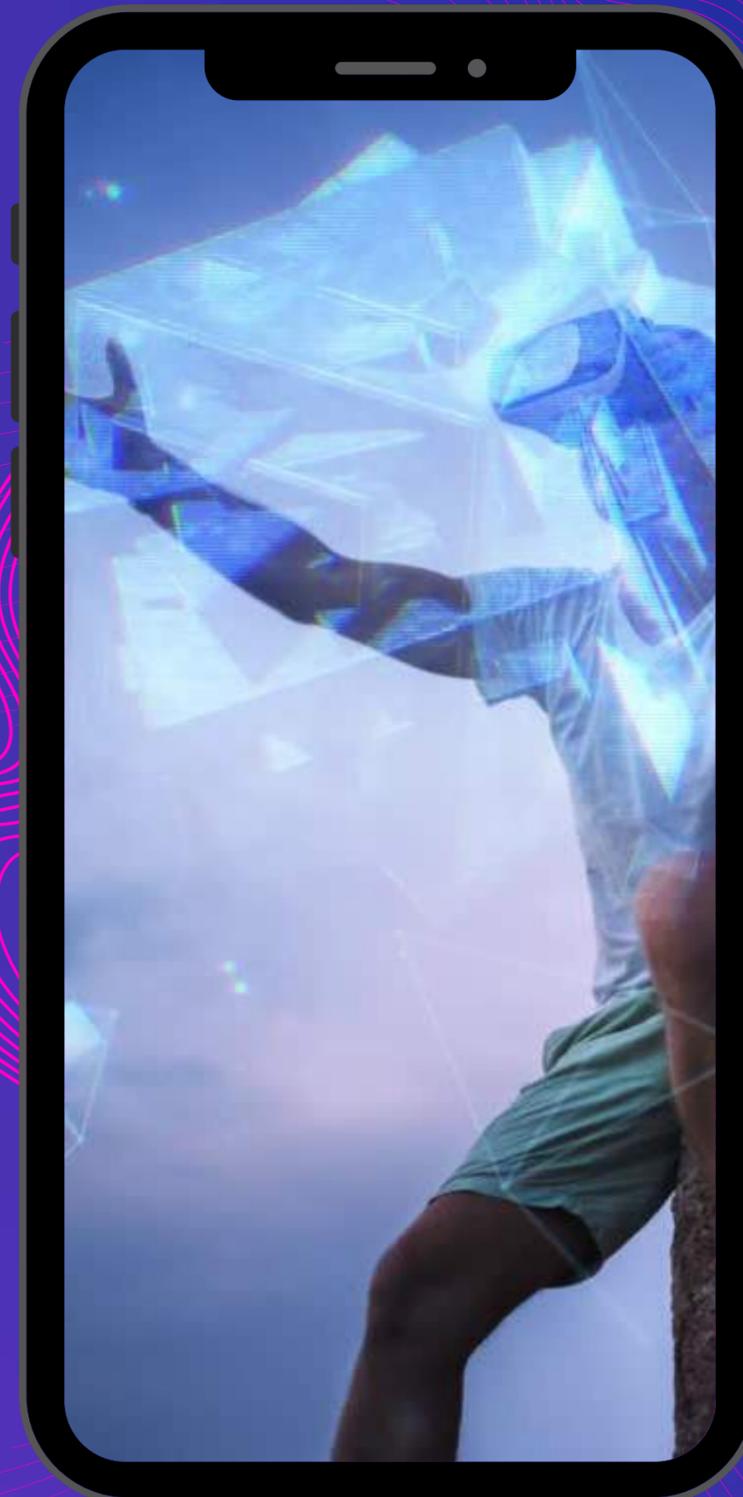
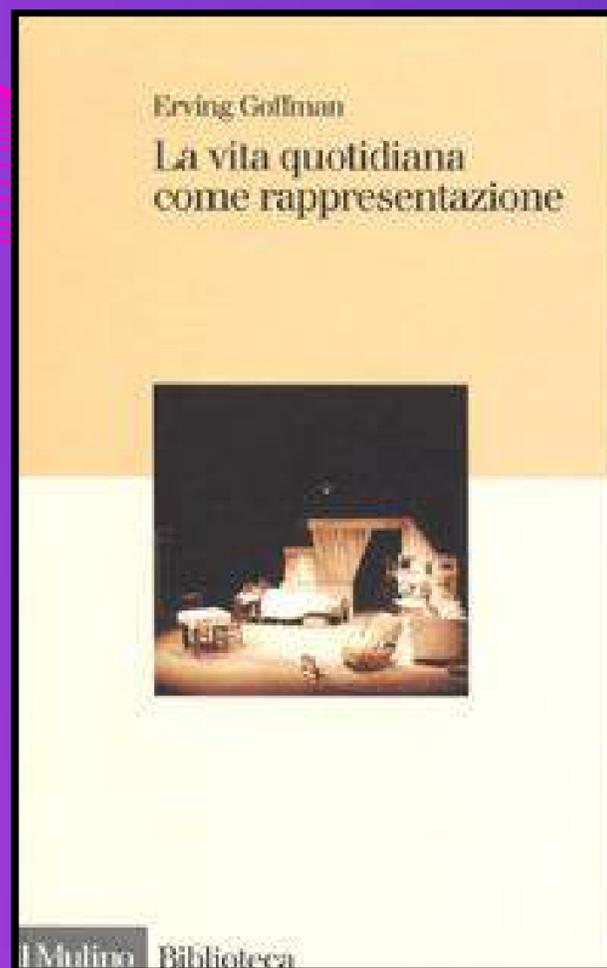


Proviamo a cercarci in rete



Reputazione online

Costruzione dell'identità nei social
(Goffman: "vita in vetrina")





Ogni persona è un attore sociale, che si comporta in modi diversi a seconda del contesto e delle persone presenti.

Esiste una distinzione tra:



Palcoscenico (front stage):

dove l'individuo si mostra agli altri, controlla la propria immagine, cerca approvazione.



Retroscena (back stage):

dove può rilassarsi, essere sé stesso, senza la pressione dello sguardo sociale.



E oggi, con i social e il mondo online?

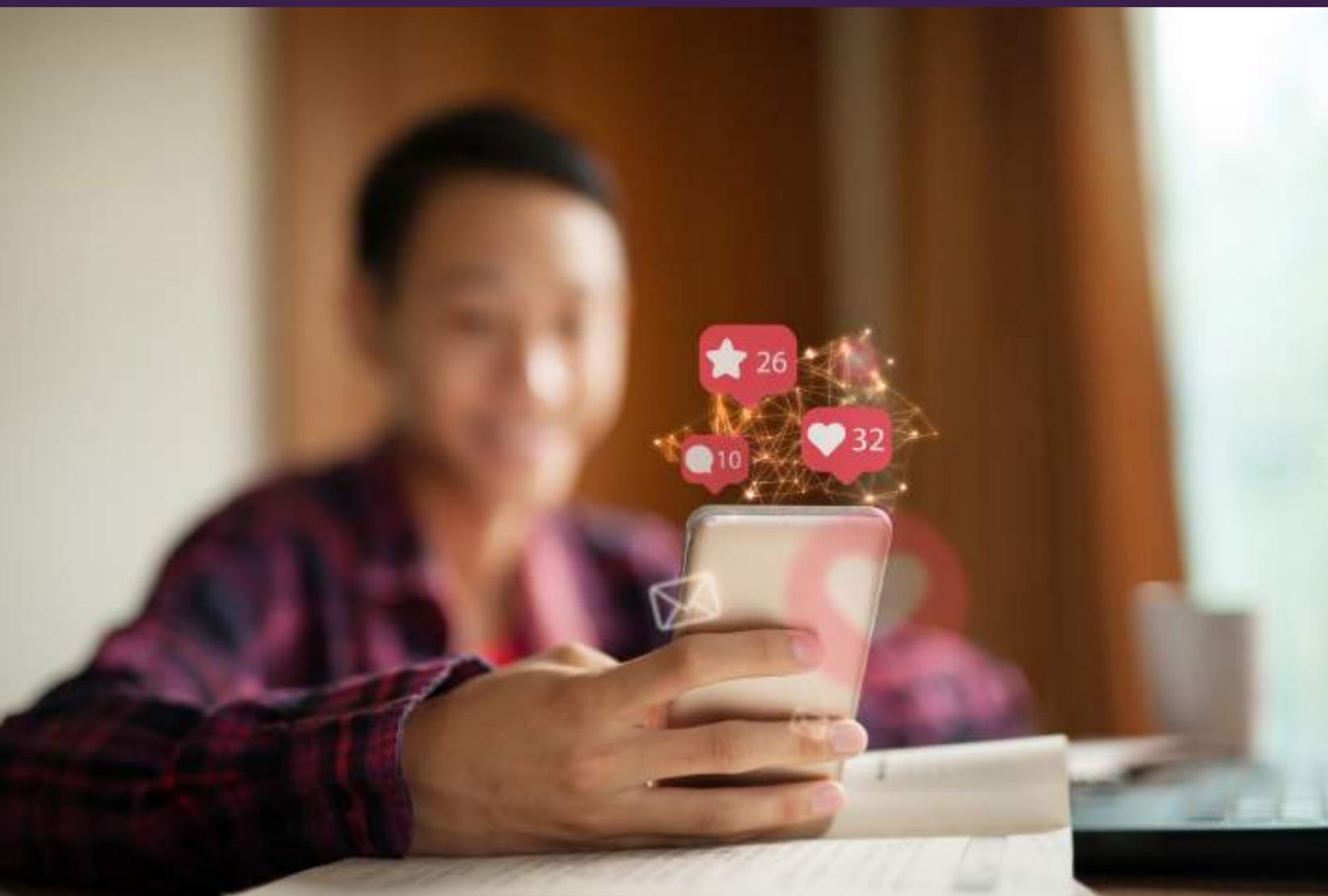
Il concetto di “vita in vetrina” si adatta perfettamente all’epoca digitale:

- Sui social media curiamo attentamente la nostra immagine, scegliamo cosa mostrare (successi, viaggi, bellezza), come in una vetrina.
- Il “pubblico” è composto da follower, amici, conoscenti... e reagisce con like, commenti, visualizzazioni.
- Questo può portare a:
 - costruzione di identità idealizzate
 - pressione sociale
 - conflitto tra il sé autentico e il sé esibito



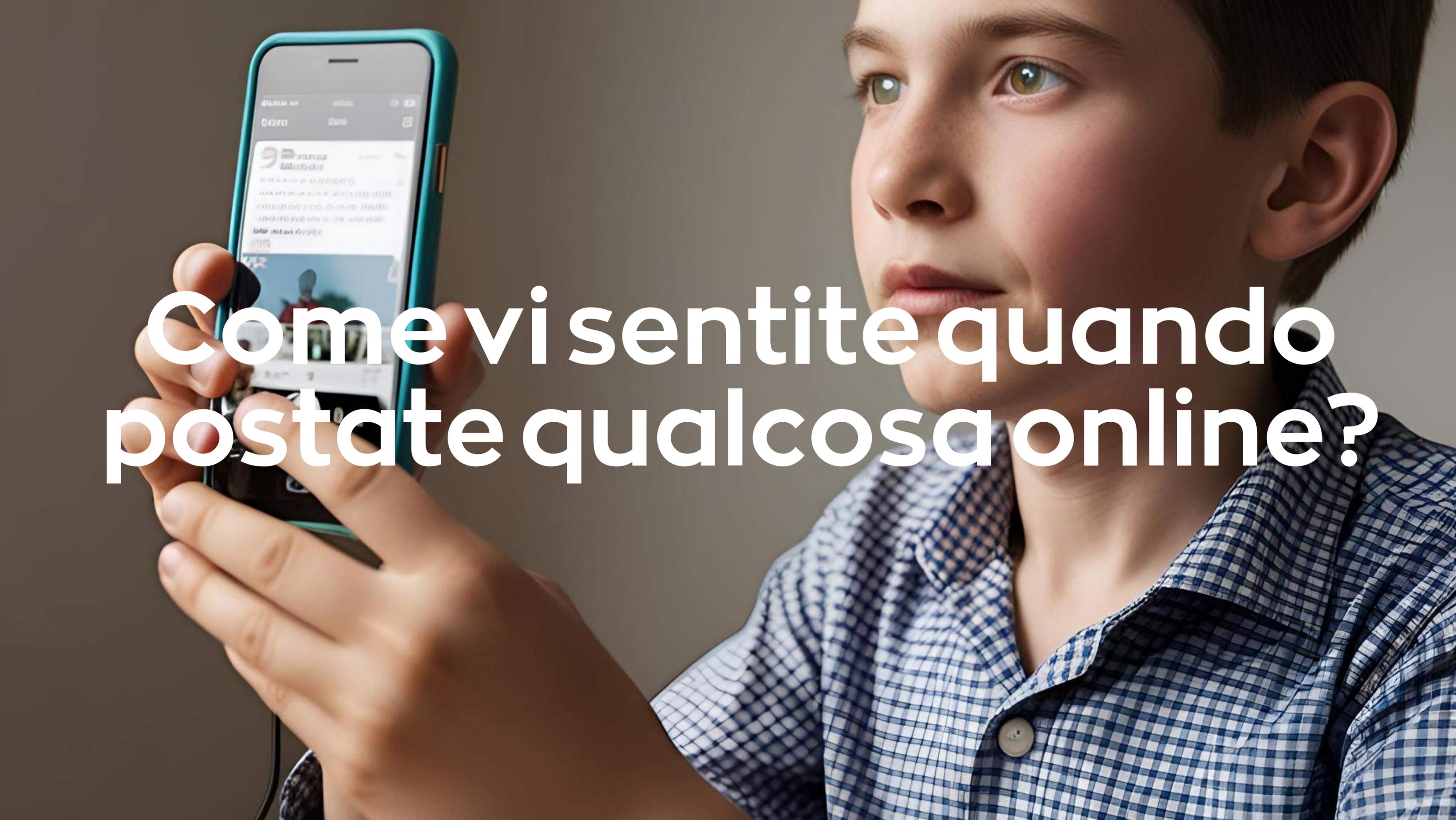
“Il **rischio è quello che online, mettiamo in scena una versione curata della nostra vita, come se fossimo sempre sotto i riflettori.**

È la nostra personale ‘vita in vetrina’, dove cerchiamo di apparire coerenti, interessanti e approvati.”



- Ricerca di approvazione e bisogno di riconoscimento (like, commenti, follower)
- Effetti dell'esposizione continua: ansia da immagine, **FOMO**, dipendenza da feedback



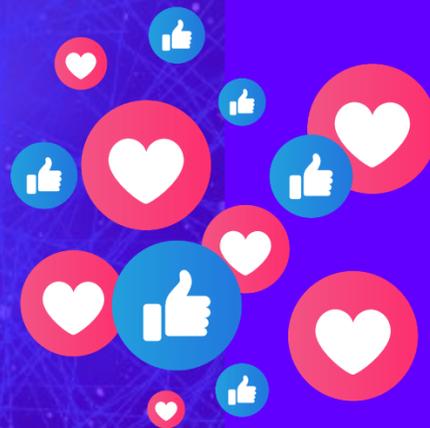
A young boy with light brown hair and green eyes is looking intently at a smartphone held in his hands. The phone's screen displays a social media post with a profile picture, a name, and some text. The boy is wearing a blue and white checkered button-down shirt. The background is a plain, light-colored wall.

**Come vi sentite quando
postate qualcosa online?**



Costruzione e gestione consapevole della reputazione digitale

- Personal branding e self-presentation
- Casi reali: influencer, politici, professionisti travolti da scandali digitali



➤ ERRORI COMUNI

Oversharing, post impulsivi, account pubblici non gestiti



➤ Gestione dei Profili

Privacy, linguaggio, foto, bio



➤ Reputazione professionale vs personale (LinkedIn vs Instagram)

Impatti della reputazione online sulla vita reale

- Impatto su **relazioni personali e professionali**
- Colloqui di lavoro: **i recruiter controllano i social**
- **Cyberbullismo** e shaming online
- Effetti psicologici di una “cattiva reputazione” (isolamento, ansia, depressione)

**TI VENGONO IN
MENTE ESEMPI
POSITIVI O NEGATIVI**

COME TUTELARE SÉ STESSI E GLI ALTRI



Educazione digitale e
consapevolezza critica



La **responsabilità sociale**
degli utenti: commenti,
condivisioni, segnalazioni



➤ **Ma cosa accade, dal punto di vista psicologico, quando la nostra identità viene riflessa, filtrata o distorta attraverso uno schermo?**

➤ **Come ci costruiamo un'immagine coerente e accettabile?**

➤ **Quali sono le conseguenze, anche emotive, di un feedback negativo?**

Impatto dell'IA sulla reputazione online - Estensione psicologica

...e cosa sta succedendo con l'IA

Tendenze Future



ALESSANDRO
TARICIOTTI



1. Psicologia dell'identità

- **Algoritmi che profilano l'utente**: l'IA raccoglie dati e crea una versione automatica della nostra identità (profilazione, targeting pubblicitario, suggerimenti personalizzati).
- **Rischio di identità "fissata"**: ciò che l'IA capisce di noi può influenzare come veniamo trattati online (es. feed personalizzati, suggerimenti di amici, contenuti).
- **Deepfake e identità falsa**: l'IA può generare immagini, video o audio di noi che non abbiamo mai prodotto, alterando la percezione di chi siamo.

La nostra immagine digitale potrebbe essere manipolata, anche a nostra insaputa.

2. Psicologia sociale

- **Reputazione automatizzata:** IA analizza commenti, recensioni, comportamenti per creare “reputazioni sintetiche” (es. rating automatici su piattaforme).
- **Echo chamber e bias rinforzati:** gli algoritmi ci espongono a contenuti simili ai nostri interessi → rinforzano convinzioni → conformismo digitale.
- **Interazioni mediate da IA** (chatbot, assistenti virtuali): cambiano il nostro modo di relazionarci, con effetti anche sull’empatia e la fiducia.

La reputazione si costruisce in un contesto sempre più controllato da logiche algoritmiche.

3. Psicologia dei media

- **Automazione della comunicazione:** IA può generare testi, immagini e video (es. post scritti da AI, filtri automatici, chatbot) → difficoltà a distinguere il vero dal costruito.
- **IA come costruttrice dell'immagine personale:** strumenti come Canva AI, ChatGPT, Lumen5, TikTok AI suggeriscono cosa dire, come dirlo e quando postarlo.
- **Sorveglianza predittiva:** IA usata per “leggere” le emozioni o prevedere comportamenti a partire dalle interazioni digitali.

L'IA diventa co-autrice della nostra presenza online, portando benefici ma anche perdita di controllo.

Conseguenze psicologiche

- **Ansia da reputazione “automatizzata”**
- **Difficoltà a costruire un’identità autentica**
- **Maggiore pressione sociale (valutazioni continue, algoritmi giudicanti)**
- **Paura della manipolazione e perdita della privacy**



ALESSANDRO
TARICOTTI

Grazie



**Alessandro
Tariciotti**
Media Educator

344 135 3538

www.tizianoformazione.it

a.tariciotti@icloud.com



FAMIGLIE
DIGITALI