

# PSICOLOGIA SOCIALE DEI MEDIA DIGITALI

Prezzo: **Regular Price**  
**26,00 €** **Special Price**  
**24,70 €**



Codice	9788891649768
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	21 ott 2021
Reparto	LIBRI
Autore	Giovannelli Ilaria, Pacilli Maria Giuseppina, Spaccatini Federica
Editore	Maggioli

## Descrizione

---

In un'epoca in cui le nuove tecnologie e i media digitali sono introdotti e integrati nella nostra quotidianità è di fondamentale importanza il contributo che la psicologia sociale può dare nello spiegare antecedenti, caratteristiche e conseguenze di fenomeni psicologici complessi legati all'uso dei media digitali.

Questo volume presenta un quadro d'insieme completo e aggiornato della disciplina: illustra le basi delle ricerche e delle teorie classiche della psicologia sociale, affiancandole ai contributi e modelli teorici di più recente sviluppo.

Ogni capitolo è arricchito da esempi tratti dalla vita quotidiana, così da fornire non solo una spiegazione scientifica e psicologica delle situazioni che ci troviamo a vivere ma anche un'occasione per riflettere sulle esperienze di tutti i giorni in relazione ai media digitali.

### Capitolo 1 – Processi cognitivi ed elaborazione delle informazioni sociali

#### 1.1 I principi cognitivi e motivazionali alla guida dei processi di elaborazione delle informazioni

#### 1.2 Le caratteristiche dei meccanismi di elaborazione: i processi automatici e controllati

#### 1.3 Le distorsioni del pensiero: le euristiche e i bias

#### 1.4 Il ruolo delle emozioni

#### 1.5 Conclusioni

#### Riferimenti bibliografici

#### Lecture di approfondimento

### Capitolo 2 – Se e identità nei media digitali

#### 2.1 Il Se individuale nei contesti digitali

##### 2.1.1 Definire il Se

##### 2.1.2 Il Se diffuso: oltre la distinzione tra Se online e offline

##### 2.1.3 Il Se negli ambienti digitali anonimi

2.1.4 La presentazione del Se nei social media

2.1.5 L'utilizzo dei selfie nella presentazione del Se

2.2 Le nuove frontiere del Se: io e il mio avatar

2.2.1 L'avatar come riflesso del Se

2.2.2 L'avatar: tra il Se reale e il Se ideale

2.2.3 Io sono il mio avatar: il Proteus Effect

2.3 Se e identità sociale nei contesti digitali

2.3.1 L'identità sociale online

2.3.2 Il web come laboratorio di sperimentazione dell'identità sociale

2.3.3 Depersonalizzazione e identità sociale online

2.4 Conclusioni

Riferimenti bibliografici

Lecture di approfondimento

Capitolo 3 – Relazioni interpersonali e sessualità 2.0: il fenomeno del sexting e le sue implicazioni in adolescenza

3.1 Introduzione

3.2 Sexting: definizioni e prospettive

3.3 I numeri del sexting: la prevalenza di questa pratica tra adolescenti

3.4 Fattori associati al sexting in adolescenza

3.4.1 Fattori individuali

3.4.2 Fattori sociali

3.4.3 Fattori culturali

3.5 Sexting, comportamenti a rischio e salute socio-psicologica

3.6 Sexting, perché Motivazioni e funzioni del comportamento in adolescenza

3.7 Sexting al maschile e al femminile

3.8 L'uso coercitivo del sexting

3.9 Conclusioni

Riferimenti bibliografici

Lecture di approfondimento

Capitolo 4 – L'influenza delle tecnologie digitali sulle relazioni sociali

4.1 Il bisogno di appartenenza

4.2 Le tecnologie digitali e il bisogno di connessioni sociali

4.3 Lo smartphone

4.3.1 L'interferenza dello smartphone nelle relazioni

4.3.2 Quando lo smartphone facilita le relazioni

4.4 I social network

4.4.1 Uso dei social network e percezione di connessione sociale

4.4.2 Cyberostracismo, ghosting e orbiting

4.4.3 Motivazioni, uso dei social network e benessere

4.5 Conclusioni

Riferimenti bibliografici

Lecture di approfondimento

Capitolo 5 – Insidie e opportunità: i comportamenti anti e prosociali online

5.1 I comportamenti antisociali (off)online

5.2 Il cyberbullismo

5.2.1 Tra cyberbullismo e bullismo tradizionale: punti in comune e differenze

5.2.2 Cyberbullismo o cyberbullismi?

5.2.3 “Sulle dita di una mano”, tutte le persone coinvolte nel cyberbullismo

5.2.4 Il cyberbullismo e la salute psico-sociale

5.3 I comportamenti prosociali (off)online

5.3.1 Comportamenti prosociali o altruismo?

5.3.2 Le diverse tipologie di comportamento prosociale online

5.3.3 Dalla continuità tra la dimensione online e offline agli antecedenti del comportamento prosociale online

5.4 Dal dark al bright side attraverso la promozione della salute

5.5 Conclusioni

Riferimenti bibliografici

Letture di approfondimento

Capitolo 6 – I processi di influenza sociale: viralità delle idee e delle emozioni online

6.1 I processi di influenza sociale

6.2 Influenza informazionale e influenza normativa

6.3 Conformismo e influenza sociale informazionale offline

6.4 Conformismo e influenza sociale informazionale online

6.4.1 Influenza informazionale e recensioni online

6.4.2 Influenza informazionale e contagio emotivo

6.5 Conformismo e influenza normativa offline

6.6 Conformismo e influenza normativa online

6.6.1 Influenza normativa e challenge

6.7 Le fake news

6.7.1 Le fake news: tra automatismi, bias e conservatorismo

6.7.2 Comprendere il contagio morale online: il modello MAD

6.7.3 Le fake news: tra influenza informazionale e influenza normativa

6.7.4 Ostacolare le fake news: debunking e prebunking

6.8 Filter bubble ed echo chamber

6.8.1 Le conseguenze delle filter bubble e delle echo chamber: dalla diffusione delle fake news alla polarizzazione

6.8.2 La polarizzazione e l'esposizione a posizioni divergenti

6.9 Conclusioni

Riferimenti bibliografici

Lecture di approfondimento

Capitolo 7 – Le teorie del complotto sui media digitali

7.1 Le teorie del complotto

7.2 Lo sviluppo delle teorie del complotto sui media digitali

7.2.1 Le comunità online del complotto

7.2.2 Come il web ha influenzato le teorie del complotto

7.2.3 L'utente delle comunità online complottiste

7.2.4 News complottiste e news scientifiche

7.2.5 Dal web alla vita reale

7.3 Fattori individuali e sociali coinvolti nella genesi, nell'adesione e nella diffusione delle teorie del complotto

7.3.1 Le motivazioni alla base dell'adesione alle teorie del complotto

7.4 Conclusioni

Riferimenti bibliografici

Lecture di approfondimento

## Capitolo 8 – Stereotipi e discriminazione online

### 8.1 Le macchine ci discriminano?

#### 8.1.1 Computer, intelligenza artificiale e pregiudizi

### 8.2 Chi sono i principali programmatori di questi algoritmi?

#### 8.2.1 La storia singolare della programmazione informatica

#### 8.2.2 Brogrammers: modelli di mascolinità bianca, etero (e nerd)

#### 8.2.3 Il potere dei default maschili (anche) nel mondo della programmazione

#### 8.2.4 Il caso #Gamergate e l'industria dei videogiochi

#### 8.2.5 I deepfake come esempio di tecnocultura tossica

### 8.3 Aggredire online sulla base dell'appartenenza categoriale

### 8.4 La diffusione non consensuale di materiale visivo intimo

#### 8.4.1 Disimpegno morale e scambio non consensuale di materiale intimo

### 8.5 La discriminazione online basta sull'etnia

#### 8.5.1 Un particolare caso di cyber-razzismo: l'antisemitismo 2.0

### 8.6 Conclusioni

### Riferimenti bibliografici

### Lecture di approfondimento

## Capitolo 9 – Ridurre il pregiudizio nell'era digitale

9.1 Introduzione

9.2 Il contatto diretto tra i gruppi

9.3 Il contatto indiretto

9.4 Il contatto online

9.4.1 Vantaggi rispetto al contatto diretto e alle altre forme di contatto indiretto

9.5 Progettare interventi con il contatto online

9.5.1 Le condizioni che rendono efficace un intervento sul campo

9.5.2 Interventi di E-contact

9.6 Conclusioni

Riferimenti bibliografici

Lecture di approfondimento

Capitolo 10 – Influenza sociale delle minoranze, partecipazione e media digitali

10.1 Le minoranze attive

10.2 I processi psico-sociali della partecipazione

10.3 Partecipazione e media-attivismo

10.4 Può il media-attivismo essere una forma di empowerment?

10.5 Conclusioni

Riferimenti bibliografici

Letture di approfondimento

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento allo 0461.232337 o 0461.980546

oppure via mail a : [servizioclienti@libriprofessionali.it](mailto:servizioclienti@libriprofessionali.it)

www.LibriProfessionali.it è un sito di Scala snc Via Solteri, 74 38121 Trento (Tn) P.Iva 01534230220

