

## **SCHEDA ATTIVITÀ - Detective per un giorno**

E se fossimo detective per un giorno nei social, ovvero “social detective” o “social private investigator”? Vi chiediamo di pensare come un detective incaricato di analizzare i profili social di alcune persone indagate (nella nostra simulazione scegliete voi in quale social muovervi e quali profili analizzare, basta entrare nel vostro profilo e scegliere tra i vostri amici/contatti/follower). Attenzione: per passare al livello 2 è importante conoscere davvero la persona sulla quale state conducendo le vostre indagini, altrimenti ci si può fermare al livello 1.

### **Livello 1: analisi dell'immagine**

Aperte il profilo della persona che avete scelto e analizzate prima di tutto l'immagine scelta per il profilo. Cosa racconta della persona? Cosa comunica delle proprie passioni e della propria identità? Attraverso quali elementi comunica (ad esempio, un dettaglio o un elemento in primo piano, ma anche un elemento che sembra mancare)? Per condurre questa analisi vi consigliamo di usare uno strumento molto agile, che trovate qui di seguito: un'infografica (un'immagine di sintesi) con tutte le voci da utilizzare per guidare il vostro lavoro.

# I SOCIAL MEDIA COME TESTI



Una pagina o un profilo sono  
oggetti scomponibili  
e ricomponibili nell'analisi



## LIVELLO VISUALE: IMMAGINE PROFILO

Immagine referenziale: fototessera, foto muta

Immagine contestuale: foto di sé con altri, personaggio

Immagine poetica: foto di sé artefatta, simbolo



## LIVELLO TESTUALE: STATUS/BACHECA

Writing (scrive di sé o del mondo, di un evento, si tratta di citazioni o scritti personali?)

Tagging (tagga amici e fotografie caricate)

Sharing (usa la modalità di condivisione di foto, status, eventi)

Quali informazioni condivide?



## LIVELLO CONVERSAZIONALE: TRACCE

Stile: formale, informale, gergo di gruppo

Scelte linguistiche: emoticons, emoji, abbreviazioni Numero di like

Direzioni della comunicazione

Scambio: rituale, intimo, legato ad attività, scontri

Facciamo ora un esempio concreto: la foto muta (ovvero quella base fornita dal servizio di social networking) non dice nulla della persona, anzi la nasconde perché si tratta di una immagine uguale per tutti; la foto di sé con altri racconta la persona in un contesto vissuto, magari evidenziando l'importanza degli amici o di uno sport che diventa un elemento da condividere; l'immagine poetica (una bandiera, il simbolo della pace) racconta le passioni, ma non espone la persona direttamente.

Alla fine dell'analisi provate a scrivere in due righe che tipo di profilo emerge, pensando anche a quali strategie ha utilizzato (ad esempio, quante e quali immagini, quali frasi e quale tono ha usato, quali luoghi sceglie per raccontarsi).

## **Livello 2: confronto tra realtà e rappresentazione**

Il secondo livello, dopo aver svolto l'analisi, prevede di fare un ulteriore confronto tra due profili ben precisi: quello social (ovvero quello raccontato nei social che avete già analizzato) e quello sperimentato nella conoscenza diretta della persona "indagata" (ovvero la persona per come è nella vita di tutti i giorni). Ci sono differenze? I profili si sovrappongono perfettamente (ovvero il profilo nei social corrisponde davvero alla persona per come è nella vita di tutti i giorni o ci sono delle differenze)? Per quale motivo? Molto spesso i profili social raccontano "bene" la nostra vita, o solo una parte di essa, scegliendo con cura le immagini (magari riviste e ritoccate più volte o frutto di un match). Quali suggerimenti potresti dare a quella persona per evitare di comunicare la propria identità in maniera troppo distorta o poco veritiera? Alcune volte non ci accorgiamo di dare di noi un'immagine esagerata. Quali condizionamenti agiscono in funzione delle scelte comunicative (ad esempio: essere come gli altri, essere meglio degli altri, essere perfetti, essere veri)? Puoi postare i suggerimenti in una Storia di Instagram o un breve video in TikTok sul tema e vedere che effetto fa tra i tuoi contatti.



Centro di Ricerca sull'Educazione ai Media all'Innovazione e alla Tecnologia