

# **Tesi di laurea: SHARENTING: L'IMPORTANZA DI UNA MEDIA**



***CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN  
COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE ED EXPERIENCE  
DESIGN***

*Anno accademico 2022/23*

## ***Introduzione***

I social media si sono rapidamente diffusi nella quotidianità a una velocità tale da non essere compresi approfonditamente, ma questo non impedisce agli utenti di farne un uso intensivo, come per qualsiasi nuovo mezzo di comunicazione.

Chi è stato in grado di comprenderli, ha iniziato a utilizzarli per profitto, dando l'impressione che fosse un modo per reclamare la propria libertà, mentre invece i social nascondono molte limitazioni che non sono palesi a prima vista, creando così un guadagno costante per chi, invece, comprende i social e il loro utilizzo per profitto.

Manca la volontà e anche una via univoca di trattare con i social, finendo per avere le proprie vite controllate da questi. Come influirà questo però sulle generazioni future? Queste sono generazione che comprendono in modo migliore,

anche se non completamente, la potenza dei social media, e che saranno però per sempre penalizzati dalle scelte fatte da chi i social non li comprendeva fino in fondo.

Qualsiasi cosa postata sui social ha potenzialmente un pubblico molto ampio, non è paragonabile alla condivisione "peer to peer", e questo è un gap che va tassativamente colmato per una comunicazione pensata.

Anche i social devono infatti essere utilizzati in maniera corretta, alla stessa maniera in cui si è imparato a usare altri oggetti di uso comune: molte delle controversie scaturite nel mondo dei social provengono proprio da una sottovalutazione dei mezzi.

Per questi motivi, non si può prescindere da un'attenta media education, per far sì che chiunque si interfacci sui social media sia ben formato e informato dei pericoli e delle potenzialità del mezzo di comunicazione.

(...)

*Il testo integrale della tesi (50 pagine. in pdf) è [disponibile a questo link](#)*