

Dal diario segreto al diario di Facebook. Gli adolescenti in Rete tra voglia di esistere e bisogno di comunicare

Alice Ponzoni[†]

È sufficiente fare un breve viaggio su un autobus in città vicino ad un gruppetto di adolescenti lasciandosi incuriosire dalle loro parole per avvertire la sensazione che Facebook non è soltanto una moda passeggera: la frequenza e il modo in cui spesso ricorre nei discorsi fa intuire quanto lo strumento sia divenuto pervasivo e importante. L'osservazione, che banalmente può nascere in un contesto pubblico e imprevisto come quello appunto di un autobus o di una piazza, è stata la spinta che ci ha convinto dell'importanza di un approfondimento. Le domande, che hanno poi assunto la forma di quesiti strutturati nel questionario che abbiamo proposto, sono nate durante la curiosa osservazione dei comportamenti dei giovani adolescenti in Rete.

Avendo avvertito il rischio insito in una prospettiva di analisi dall'alto, ci siamo posti l'obiettivo di comprendere il fenomeno guardandolo "*from the bottom up*". Inoltre, consapevoli dei limiti del mezzo che avevamo a disposizione, prima di procedere alla somministrazione, abbiamo organizzato alcuni *focus group* con i quali abbiamo conosciuto i pareri di alcuni adolescenti che ci hanno regalato un punto di vista prezioso insieme ai pensieri freschi che verranno qui proposti a supporto della disamina teorica.

Il risultato è stato un grande insieme di domande che ci hanno restituito un panorama complesso che concede spazio ad una molteplicità di prospettive di valutazione.

Non possiamo affermare che questa ricerca sia in grado, oltre alcuni dati fattuali, di restituire con oggettività la Realtà che indaga. Piuttosto ciò che ci è dato conoscere è l'espressione di una percezio-

[†] Università di Bergamo, Dottorato di ricerca in Scienze della cooperazione internazionale "Vittorino Chizzolini"

ne soggettiva: i ragazzi, insieme al loro tempo, ci hanno regalato un racconto, più o meno spontaneo, più o meno sincero, riguardante un aspetto della loro vita. Consapevoli di ciò, la nostra premura è stata quella di impostare il questionario in modo tale da distogliere l'attenzione da un eventuale tentativo di controllo sul flusso comunicativo. Volevamo essere certi che le abitudini e le idee venissero espresse in piena libertà (in parte favorita già dalla garanzia dell'anonimato). Questa modalità di utilizzo del questionario è stata per noi un modo per limitare la dominante "fredda" di questo strumento di ricerca.

I dati che noi abbiamo ora a disposizione sono da leggersi come finestre sul mondo dei ragazzi, un lasciapassare che ci consente di sbirciare non tanto direttamente la loro vita, ma ciò che vogliono dire della loro vita. Un'autodichiarazione quindi, che ci è stata affidata per essere valutata in relazione con le altre date dai coetanei. Un racconto al quale noi abbiamo il compito di restituire senso.

A partire da una analisi del processo di socializzazione che avviene in questo spazio virtuale e da un approfondimento sulla natura stessa del mezzo, in questo capitolo arriveremo a definire qual è il personale punto di vista degli adolescenti che abbiamo ascoltato, quali i comportamenti dichiarati e quali le dinamiche sottese.

La novità di Facebook: strumento di comunicazione e luogo di socializzazione

Michela: "Io uso Facebook per parlare con i miei compagni, per scambiarci informazioni – perché tutti hanno Facebook! – e, se ho bisogno di qualcosa e non ho il loro numero, scrivo un messaggio perché so che loro tutti i giorni lo usano. Guardo le notizie, ho cliccato su "mi piace" in alcune pagine ufficiali che mi danno informazioni utili, come le pagine musicali delle band per vedere i loro movimenti e basta. Si vedono anche i movimenti degli amici, dove vanno, cosa fanno di interessante: si taggano in un certo posto, poi pubblicano delle foto e potresti sapere che c'è un posto interessante

dove potresti andarci anche tu un giorno, quando hai tempo libero...ma niente di particolare”¹.

Prima di concentrare l’attenzione sui nostri adolescenti e sull’uso che fanno dello strumento Facebook, iniziamo a descriverlo soffermandoci sugli aspetti essenziali che sono stati in questi anni oggetto di ricerche in tutto il mondo. Questo ci serve per comprendere sia le ragioni che giustificano l’interesse attorno a Facebook come fenomeno sociale sia i punti di vista, i filtri interpretativi, attraverso i quali leggere la ricerca che qui viene presentata.

Innanzitutto Facebook è un sito Internet che rientra nella categoria dei cosiddetti Social Network, siti web che permettono alle persone, una volta iscritte, di presentare se stesse e di creare e organizzare online le loro reti sociali, connettendosi con altre persone (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007, p. 1143; Richter, Riemer, & Vom Brocke, 2011). Nasce nel 2004 negli Stati Uniti d’America da un’idea di un giovane studente, Mark Zuckerberg, con l’obiettivo di connettere gli iscritti alla Harvard University.

Negli anni le attività che Facebook mette a disposizione dei suoi utenti si sono ampliate e contemporaneamente sono state apportate modifiche alla grafica e alle opzioni di impostazione della privacy consentendo diversi livelli di “apertura” al pubblico. Le persone possono: creare una pagina personale (prima chiamata “profilo”, oggi “diario”) nella quale mostrare una descrizione di sé; costruire una rete di contatti a partire da conoscenze reali e non solo, inviando o accettando una richiesta di amicizia; pubblicare fotografie, video o file musicali; chattare e inviare messaggi privati; aggiornare il proprio status con un messaggio o condividere file che verranno poi pubblicati sulla bacheca condivisa con gli amici oltre che sul proprio profilo; esprimere la propria opinione commentando status o link

¹ Questa e le citazioni che seguono sono estratti della trascrizione di uno dei focus group che abbiamo condotto il 9 maggio 2012 presso l’Istituto Superiore “Lorenzo Lotto” di Trescore Balneario (BG), con i quali abbiamo voluto confrontarci con alcuni studenti sulle tematiche coinvolte nel questionario. Per proteggere la privacy dei ragazzi intervistati, i nomi riportati nel testo non corrispondono alle identità anagrafiche reali.

Le pagine da 144 a 152 non sono disponibili in questa anteprima

Se vogliamo rapportare l'utilizzo di Facebook ad altre attività del tempo libero al di fuori di Internet, l'unica che in percentuale rispetto allo svolgimento quotidiano supera il social network è "ascoltare la musica" (79,3%), mentre subito dopo si colloca "guardare la televisione" (71,2%).

Includendo ora anche le attività che impegnano più volte alla settimana (sport, uscite con gli amici, ecc.), ci appare chiaro che gli adolescenti non rinunciano alla socializzazione tradizionale, quella che avviene offline (Figura 3).

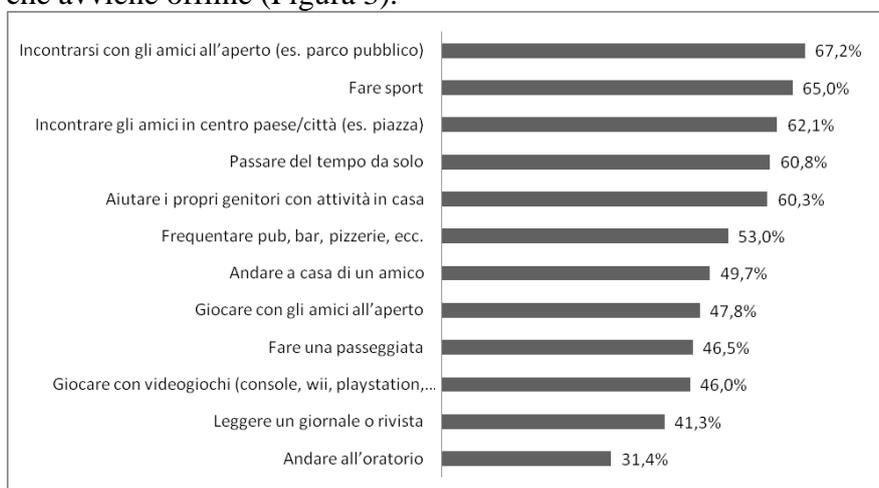


Figura 1 - Attività di svago svolte ogni giorno o più volte alla settimana

Emerge che tra queste attività quella preferita è incontrare gli amici all'aperto e fare sport. Senza andare oltre nell'analisi, quello che ci interessa qui rilevare è che gli utilizzatori di Facebook sono gli stessi che si dedicano frequentemente alle relazioni faccia a faccia. Il social network è uno strumento e insieme un'attività che si somma ad altre tradizionali e si inserisce nella quotidianità in modo sostanziale. Inoltre, con il trascorrere del tempo dall'ingresso in questa rete sociale, diversamente da quanto è ipotizzabile, la frequenza di accesso non diminuisce ma, al contrario, aumenta (Figura 4). Detto in altre parole, la frequenza con la quale gli adolescenti accedono a Facebook dipende per il 50,3% dal periodo trascorso dalla loro iscrizione.

Facebook è anche un argomento di discussione al di fuori dello spazio online, tanto che il 69% degli utilizzatori parla con i propri amici di ciò che si legge o succede in Facebook. Ma cosa succede in Facebook? Quali sono le attività che gli adolescenti svolgono in questo spazio?

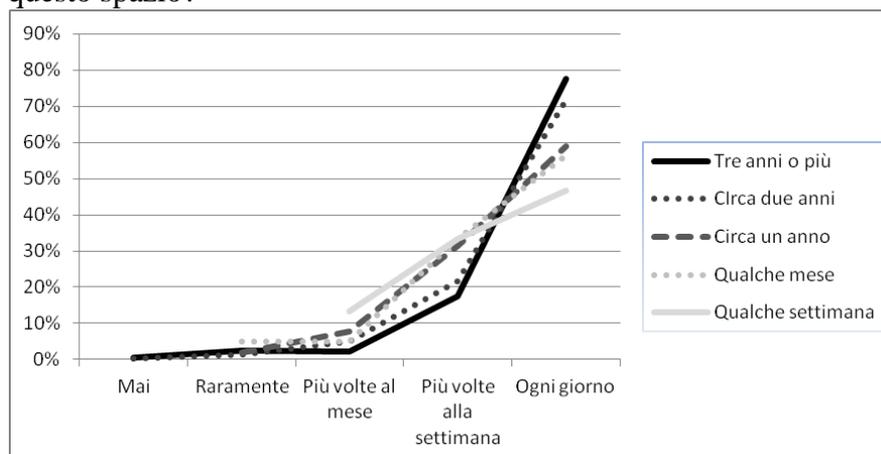


Figura 2 - Rapporto tra frequenza di utilizzo e tempo trascorso dall'iscrizione a Facebook

Il grafico (Figura 5) ci mostra che, tra le attività, quelle che consapevolmente gli adolescenti svolgono sono in larga parte attività di comunicazione, sia quella sincrona come il dialogo attraverso la chat (76,5%), sia quella asincrona come lasciare un messaggio in bacheca anche sotto forma di commento (64,6%) o in posta privata (61,7%). Questo conferma l'idea che Facebook, letto in quest'ottica di intenzionalità dell'utente, è innanzitutto un mezzo di comunicazione comodo e pratico per la sua diffusione, gratuità e capacità di superare i limiti di spazio e tempo. A questo proposito infatti il 67% afferma di usare Facebook per stare in contatto con persone che non vede mai o vede raramente.

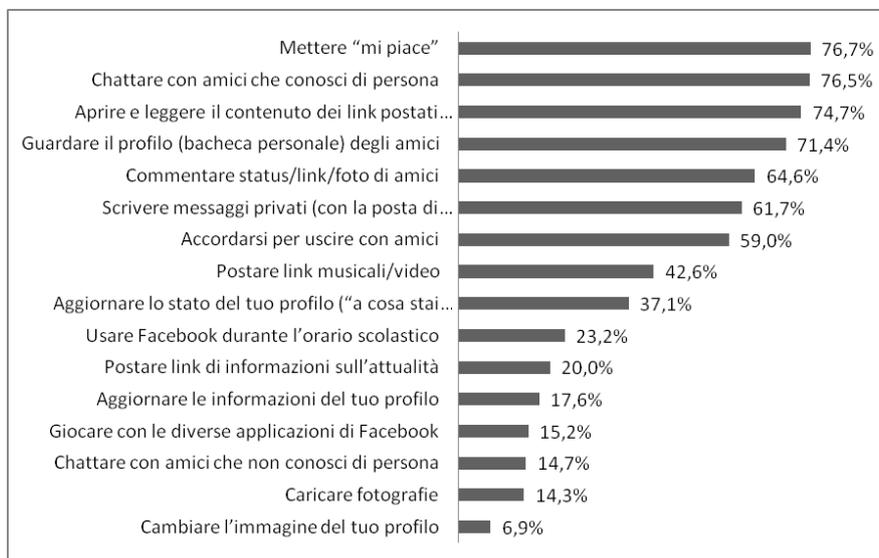


Figura 3 - Attività svolte in Facebook ogni giorno o più volte alla settimana

Quello che è importante per noi rilevare è che, parallelamente a queste attività, ci sono altre forme di partecipazione nel social network che gli adolescenti sembrano preferire rispetto ad altre, prima tra tutte "mettere mi piace" (76,7%) ma anche guardare la pagina personale degli amici (71,4%) che, pur non essendo in sé un atto di comunicazione, può essere condizione necessaria (ma non sufficiente) perché una persona lasci poi un suo commento, un semplice "mi piace", condivida il link oppure tragga spunto per una discussione con un amico in chat o offline. Se il commento o il "mi piace" possono essere facilmente selezionati con un click e possiamo farlo anche distrattamente mentre diamo un'occhiata alla *home page* dove scorrono gli aggiornamenti, possiamo invece assumere che "aprire" la pagina personale dei nostri amici equivale ad un approfondimento paragonabile a quello che facciamo quando vediamo un link interessante e vogliamo saperne di più. Ciò che appare evidente e curioso è che i giovani più frequentemente commentano qualcosa che trovano pubblicato piuttosto che pubblicare loro stessi link (42,6%), un nuovo stato (37,1%) o link sull'attualità (20%). Solo il 14,3% carica fotografie frequentemente e il 6,9% cambia spesso la sua immagine del profilo. Queste ultime sono attività che gli adolescenti se non

fanno spesso, le fanno più volte al mese (il 50,8% carica fotografie e il 41,4% cambia immagine del profilo). In ogni caso, considerato che l'accesso a Facebook è quotidiano o comunque avviene più volte alla settimana, queste percentuali sono ridotte se confrontate con le aspettative. Eppure l'immagine risulta essere centrale nella dinamica che abbiamo visto caratterizzare Facebook (cfr. Autenrieth & Neumann-Braun, 2011). Questo ci dà un ulteriore spunto per un'analisi che non può trovare spazio in questo contesto ma che è certamente meritevole di approfondimento. Ricordiamo a questo proposito che qui stiamo riflettendo su dichiarazioni di intenti che possono non corrispondere al comportamento effettivo: non ci è dato sapere la frequenza reale con la quale gli adolescenti svolgono determinate attività, possiamo assumere che quanto espresso sia attendibile o più verosimilmente corrisponda ad una soggettiva percezione di sé e delle proprie azioni che lascia spazio al ricercatore per ulteriori analisi.

La logica sottesa a questo tipo di relazione online e il prezzo da pagare è offrire agli altri la possibilità di sbirciare la propria vita narrata nel "diario personale" che, abbiamo visto, è tra le attività preferite degli adolescenti. Tre sono gli aspetti che voglio qui sottolineare e mettere in relazione. Il primo riguarda il tipo di supporto che accoglie la narrazione di sé in Facebook; il secondo la natura stessa della narrazione e il terzo aspetto ciò che l'incontro del primo e del secondo produce.

In questa trattazione ho parlato indistintamente di "profilo", "bacheca personale" e "diario" per riferirmi allo spazio nel quale viene raccolto ciò che una persona pubblica, prima di essere organizzato in sezioni dedicate (come nel caso delle fotografie o degli aggiornamenti delle informazioni personali). Facebook nasce con la forma del profilo e si propone poi con quella del diario. Quando, nell'autunno del 2011, abbiamo iniziato a costruire il questionario con il quale poi sono stati raccolti i nostri dati, in Italia agli utenti si iniziava a suggerire il passaggio alla nuova forma che sarebbe poi divenuta obbligatoria per tutti entro l'estate del 2012. Di conseguenza la formulazione delle domande non tiene conto di questo cambiamento e, durante la raccolta dati avvenuta nella primavera del 2012, suppo

Le pagine da 157 a 166 non sono disponibili in questa anteprima

altri per quello che si è (il 75,7% non è del tutto o non è per niente d'accordo).

Infine, un'altra opinione che abbiamo rilevato e che è interessante sottolineare è che l'84,8% ritiene non ci sia relazione tra la simpatia di una persona e il numero di amici che ha in Facebook, rimandando quindi ad altri fattori la possibilità di attrarre molti amici nella propria cerchia, e questa opinione è indipendente dal numero effettivo di amici che gli adolescenti dichiarano di avere.

Riassumendo quanto è emerso sino ad ora, veniamo all'annunciato terzo aspetto e quindi alla conclusione della nostra disamina.

Gli adolescenti dimostrano un punto di vista critico e di diffidenza nei confronti di come Facebook viene utilizzato. Questo è confermato anche da una percentuale molto alta, l'82,4%, di persone che ritengono che su Facebook circolino informazioni sbagliate o inesatte. Facebook appare quindi uno strumento di comunicazione utilizzato da molti e frequentemente e, allo stesso tempo, uno spazio di relazione che si basa sulla regola della reciproca apertura e del confronto tra le rappresentazioni di sé offerte. Abbiamo anche visto come la narrazione avvenga più facilmente in modo inconsapevole e anche attraverso canali comunicativi quali le immagini e i suoni. Il desiderio di voler mettere al riparo dagli occhi degli "amici" informazioni ritenute personali – se e quando esiste – non è comunque garanzia che accada realmente e questo perché la natura stessa della comunicazione e il tipo di supporto hanno peculiarità tali da rendere complicato un effettivo controllo informativo. L'intenzione che sta dietro l'agire comunicativo è quella che motiva poi lo sguardo critico nei confronti del mezzo e del comportamento dei propri coetanei; la pratica effettiva guidata dall'inconsapevolezza è quella che espone al rischio di uno smascheramento, per dirlo con Goffman, da parte di chi osserva e assiste alla performance.

La combinazione del primo e del secondo aspetto che abbiamo evidenziato e cioè la peculiarità del mezzo e la peculiarità della narrazione di sé in questo spazio pubblico, producono una nuova situazione con la quale non siamo stati sin ora abituati a muoverci.

L'inconsapevolezza e l'involontarietà della comunicazione in Facebook sono i presupposti che possono far emergere l'incoerenza

tra le rappresentazioni che l'utente mette in scena. Tuttavia qui il problema non è da attribuire unicamente o principalmente all'intenzionalità di una comunicazione, piuttosto il problema nasce dal fatto che il mezzo, concentrando in un solo spazio diverse rappresentazioni di sé che nella vita quotidiana siamo abituati a gestire separatamente, ci obbliga ad uno sforzo innaturale di controllo sulla situazione. Allora forse l'unico modo di uscire da questo imbarazzo è di accettare questa struttura evitando di affannarsi inutilmente in un'impresa impossibile. I nostri adolescenti non sembrano darsi pensiero per l'immagine di sé che trasmettono, infatti il 74,6% dichiara di non essere preoccupato del fatto che gli altri possano farsi un'idea sbagliata guardando il profilo (il 36,5% non lo è per niente, il 38,1% "non proprio").

Conclusioni

L'analisi sviluppata nel corso di questo capitolo ci porta ad affermare che in Facebook si riproducono le medesime dinamiche di rappresentazione di sé che avvengono nella vita reale con la differenza che queste si fissano su un supporto che è duraturo. La performance che offline mettiamo in scena a voce con l'aiuto della gestualità, nel contesto di Facebook siamo costretti ad affidarla a pagine virtuali di un diario che, salvo nostri interventi di eliminazione, permane a ricordare a noi stessi e agli altri chi eravamo in quel preciso istante. Questo inevitabilmente ci espone al rischio che qualcuno legga in noi incoerenze, le stesse che possiamo manifestare nella vita offline ma che vengono anche facilmente aggirate senza l'inclemenza di una prova scritta permanente. Inoltre in questo spazio la maschera che indossiamo è unica o sono tante, ma mentre la indossiamo potenzialmente siamo osservati da una molteplicità di contatti, mentre nella vita offline siamo abituati a indossare maschere e ruoli diversi tra loro a seconda del contesto e delle persone con cui ci troviamo in contatto. Allora è possibile che, mentre l'adolescente pubblica qualcosa o dice di sé qualcosa pensando al suo pubblico di amici del sabato sera, lascia che emerga di lui una

rappresentazione che consapevolmente preferirebbe evitare di mostrare alla sorellina piccola o all'amica della mamma. Questo esempio serve ad esprimere in modo semplificato l'idea che noi tutti siamo abituati a convivere con una dimensione molteplice di noi stessi e a destreggiarci con dimestichezza tra le rappresentazioni che insceniamo nella vita. Tuttavia non siamo abituati a fissare queste rappresentazioni in un medesimo spazio dove ciascuna ha la sua logica e che nella vita personale di ciascuno di noi convivono perfettamente e in molti casi costituiscono la ricchezza del nostro vivere e riflettono la capacità di adattamento nei diversi contesti. Ecco quindi da dove deriva quella percezione dei ragazzi già richiamata in questo capitolo e spiegata in modo riuscito con l'espressione "su Facebook sembrano dei leoni ma poi li conosci e..." oppure "sono ridicoli". Non *sono* ridicoli, *siamo* noi stessi ridicoli: vediamo gli altri incoerenti, poco trasparenti o addirittura falsi perché, da osservatori, ci risulta semplice mettere a confronto quei tasselli di realtà che singolarmente hanno una ragion d'essere e una coerenza che, attraverso la nostra operazione, perdono. Per tornare all'immagine del vecchio diario, è la stessa sensazione che proviamo nel rileggerlo dopo tempo: c'è il rischio di scoprirci imbarazzati di fronte ad alcuni pensieri che non riusciamo proprio a credere di aver scritto noi stessi. Eppure siamo sempre noi, nel nostro essere molteplici e complessi. Siamo noi anche quando il diario personale lo componiamo su Facebook e ci assumiamo il rischio di farci guardare non solo dagli occhi dell'io riflessivo ma anche da quelli dei nostri amici e, in alcuni casi non troppo rari, di persone delle quali ignoriamo le vite che si consumano al di fuori di questo spazio².

² Un doveroso e sentito grazie alla Dottoressa Marta Cola dell'Università di Lugano per aver messo a disposizione la sua esperienza e il suo prezioso senso critico nella fase delicata di avvio del lavoro di ricerca.

Grazie anche al Professor Natale Carra dell'Università di Bergamo per la sua valida consulenza e disponibilità.

Bibliografia

Autenrieth, U. P. & Neumann-Braun, K. (Eds.). (2011). *The visual worlds of social network sites. Images and image-based communication on Facebook and Co.* Munich: Nomos Verlagsgesellschaft / Edition Reinhard Fischer.

Bargh, J. A., McKenna, K. Y. A., & Fitzsimons, G. M. (2002). Can you see the real me? Activation and expression of the "True Self" on the Internet. *Journal of Social Issues*, 58 (1), 33-48.

Bauman, Z. (2001). *Community. seeking safety in an insecure world.* London: Polity Press (trad. It. *Voglia di comunità*, Laterza, Bari, 2001).

Bauman, Z. (2003). *Liquid love. on the frailty of human bonds*, Cambridge: Polity Press, Oxford: Blackwell Publishing Ltd (trad. It. *Amore liquido. Sulla fragilità dei legami affettivi*, Laterza, Bari, 2009).

De Fiori, A., Jacono Quarantino, M., & Lazzari, M. (2010). L'uso degli strumenti di comunicazione telematica fra gli adolescenti. In M. Lazzari, & M. Jacono Quarantino (A cura di), *Adolescenti tra piazze reali e piazze virtuali* (pp.171-203). Bergamo: Sestante edizioni.

Donath, J., & boyd, D. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22, 71-82.

Ellison, N. B., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11 (2), article 2.

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": social capital and college student' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143-1168.

Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R.D. (2006). Self-presentation in online personals the role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating. *Communication Research*, 33, 152.

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*, New York: Doubleday (trad. It. *La vita quotidiana come rappresentazione*, Il Mulino, Bologna, 1969).

Krasnova, H., Spiekermann, S., Koroleva, K., & Hildebrand, T. (2010). Online social networks: why we disclose, *Journal of Information Technology*, 25, 109-125.

- Lazzari, M., & Jacono Quarantino, M. (A cura di) (2010). *Adolescenti tra piazze reali e piazze virtuali*. Bergamo: Sestante edizioni.
- Lenhart, A., & Madden, M. (2007). *Social networking websites and teens: an overview*, Pew Internet & American Life Project.
- Madell, D., & Muncer, S. (2006). Internet communication: An activity that appeals to shy and socially phobic people?, *CyberPsychology & Behavior*, 9 (5), 618-622.
- McKenna, K. Y. A., & Bargh, J. A. (2000). Plan 9 from cyberspace: the implications of the Internet for personality and social psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 57-75.
- McKenna, K. Y. A., Green, A. S., & Gleason, M. E. J. (2002). Relationship formation on the Internet: what's the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58 (1), 9-31.
- Orr, E. S., Sicic, M., Ross, C., Simmering, M. G., Arseneault, J. M., & Orr, R. R. (2009). The influence of shyness on the use of Facebook in an undergraduate sample. *CyberPsychology & Behavior*, 12 (3), 337-340.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook, *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30, 227-238.
- Rheingold, H. (1995). *Les communautés virtuelles*. Paris : Addison Wesley
- Richter, D., Riemer, K., & Vom Brocke, J. (2011). Internet social networking, research state of the art and implications for enterprise 2.0. *Business & Information Systems Engineering*, 89-101.
- Rosenmann, A., & Safir, M. P. (2006). Forced online: push factors of Internet sexuality: A preliminary study of online paraphilic empowerment. *Journal of Homosexuality*, 51 (3), 71-92.
- Sahin, M., Sari, S. V., & Aydin, B. (2011). Assessment of the relationship between the ways adolescents use Facebook and self-esteem, *Academic Sight*, 23, art. 4.
- Sheeks, M. S., & Birchmeier, Z. P. (2007). Shyness, sociability, and the use of computer-mediated communication in relationship development, *CyberPsychology & Behavior*, 10 (1), 64-70.
- Stern, S. R. (2004). Expressions of identity online: prominent features and gender differences in adolescents' World Wide Web home pages. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48 (2), 218-243.
- Suler, J. R. (2002). Identity management in cyberspace. *Journal of applied psychoanalytic studies*, 4 (4), 455-459.

- Surratt, C. G. (1998). *Netlife: Internet citizens and their communities*. Commack (NY): Nova Science.
- Taylor, C. (1992). *The politics of recognition*, Princeton University Press (trad. it. *La politica del riconoscimento*. In J. Habermas & C. Taylor, *Multiculturalismo. Lotte per il riconoscimento*. Feltrinelli, Milano, 2008, 9-62).
- Tong, S. T., Van Der Heide B., Langwell L., & Walther J. B. (2008). Too much of a good thing? The relationship between number of friends and interpersonal impressions on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 531-549.
- Turkle, S. (1995). *Life on the screen: identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- Valkenburg, P. M., Schouten, A. P., & Peter, J. (2005). Adolescents' identity experiments on the Internet. *New media & society*, 7 (3), 383-402.
- Walker, K. (2000). "It's difficult to hide it": The presentation of self on Internet home pages. *Qualitative Sociology*, 23 (1), 99-120.
- Ward, C. C., & Tracey, T. J. G. (2004). Relation of shyness with aspects of online relationship involvement, *Journal of Social and Personal Relationship*, 21 (5), 611-623.
- Wiley, C., & Sisson, M. (2006). Ethics, accuracy and assumption: The use of Facebook by students and employers. Paper presented at the *Southwestern Ohio Council for Higher Education Special Topics Forum*, Dayton, OH.
- Yurchisin, J., Watchravesringkan, K., & McCabe, D. B. (2005). An exploration of identity re-creation in the context of Internet dating. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 33 (8), 735-750.
- Zhao, S. (2005). The digital self: through the looking glass of telecopresent others. *Symbolic Interaction*, 28 (3), 387-405.
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin J. (2008). Identity construction on Facebook: digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24, 1816-1836.