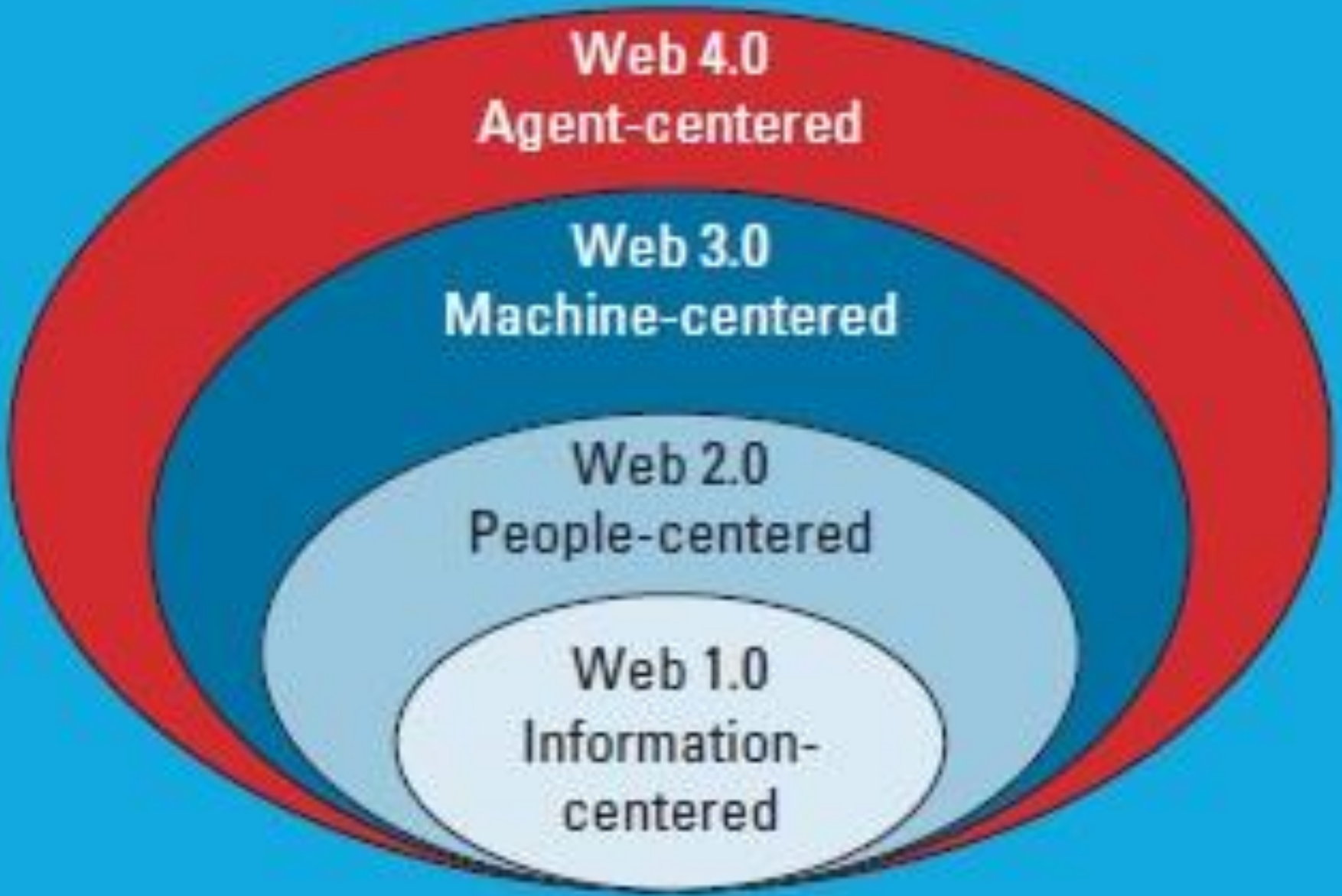




# Uso e abuso dei social media

- 
1. Web evolution
  2. Networked: the new social operating system
  3. Managing and protecting your Digital/Social footprint
  4. Q&A session

# THE EVOLUTION OF THE WEB





# THE EVOLUTION OF THE WEB

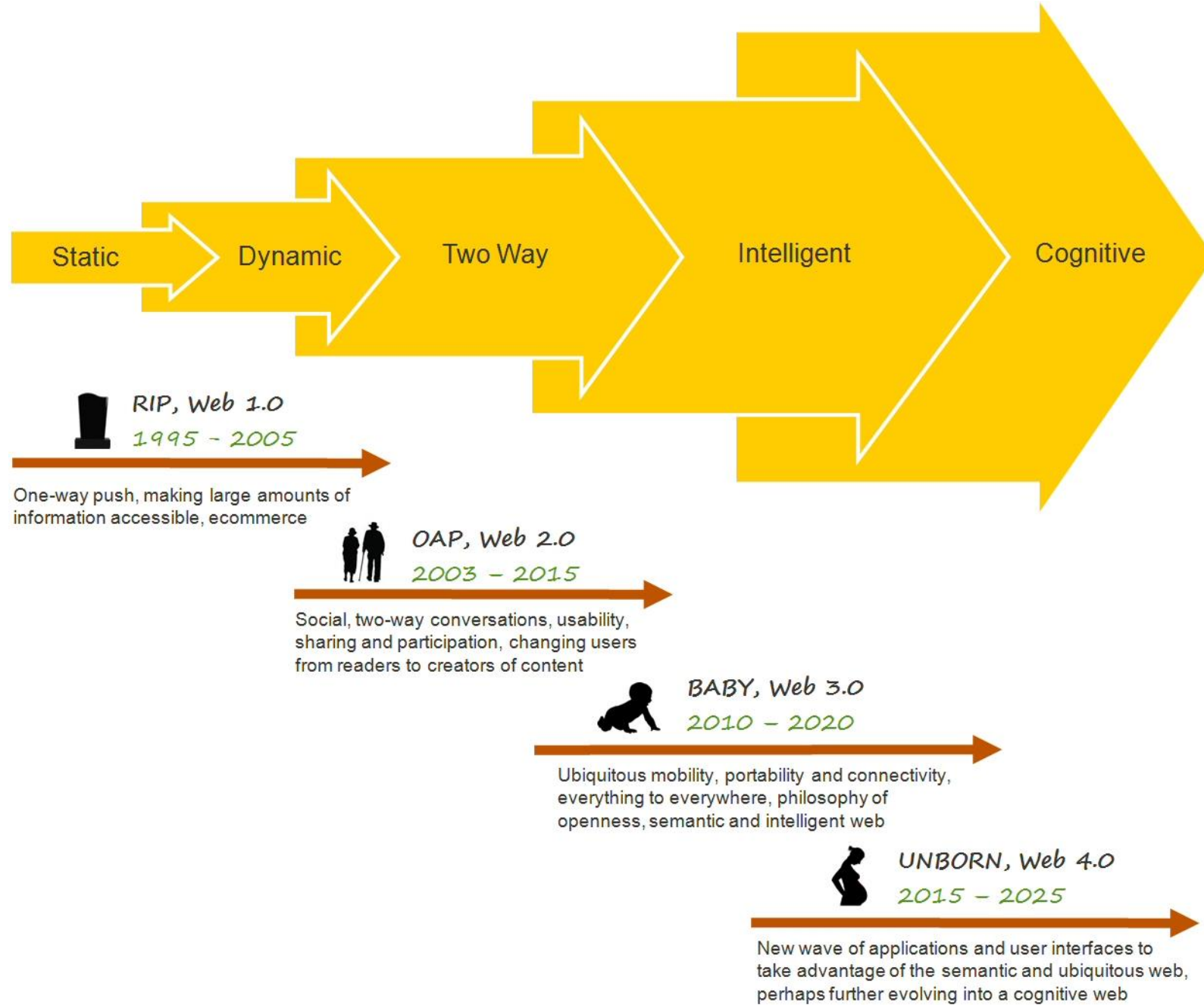



A



Source: [www.mysticdots.com](http://www.mysticdots.com)

# THE EVOLUTION OF THE WEB



A collage of four images showing people using mobile phones. Top left: A hand holds a white flip phone with a camera lens. Top right: A person's face is partially visible as they use a black flip phone. Bottom left: A woman with blonde hair uses a blue flip phone. Bottom right: A woman with blonde hair and red nail polish uses a bright green flip phone. The background is a clear blue sky.

Per qualcuno siamo finiti in una trappola.  
In un mondo che non ci appartiene e nel  
quale siamo dominati dalla tecnologia.  
Ma è veramente così?



CONNESSIONI

Lee Rainie, Barry Wellman

# NETWORKED

Il nuovo sistema operativo sociale

a cura di

Alberto Marinelli e Francesco Comandò



Non è un trappola!

Siamo invece di fronte  
a un nuovo **«sistema  
operativo sociale»**  
e a una nuova forma  
della relazionalità che  
prende il nome di  
**«networked  
individualism».**



Stiamo sperimentando una tripla rivoluzione:

La **rivoluzione delle Reti Sociali** ha offerto alle persone l'opportunità di andare oltre il mondo dei gruppi coesi.






La **rivoluzione di Internet** ha attribuito agli individui un inedito potere comunicativo e una capacità di procurarsi informazioni senza precedenti.



La **rivoluzione della Telefonia Mobile** ha reso l'ICT un'appendice del corpo, che permette alle persone, ovunque si trovino, di connettersi liberamente con i propri amici e di accedere alle informazioni.





L'accelerazione - e il reciproco rafforzamento di questi processi - produce uno spostamento del centro di gravità nel modo in cui siamo organizzati come società.



## LA FAMIGLIA



“Le comunità, almeno nella tradizione della ricerca sociologica, erano basate sulla condivisione di valori e di organizzazione sociale. I network sono costruiti attraverso scelte e strategie degli attori sociali, siano essi individui, famiglie o gruppi.

Di conseguenza, la principale trasformazione delle società complesse si è verificata attraverso la sostituzione delle comunità spaziali con i network come forme prime di socialità”.

(Castells)



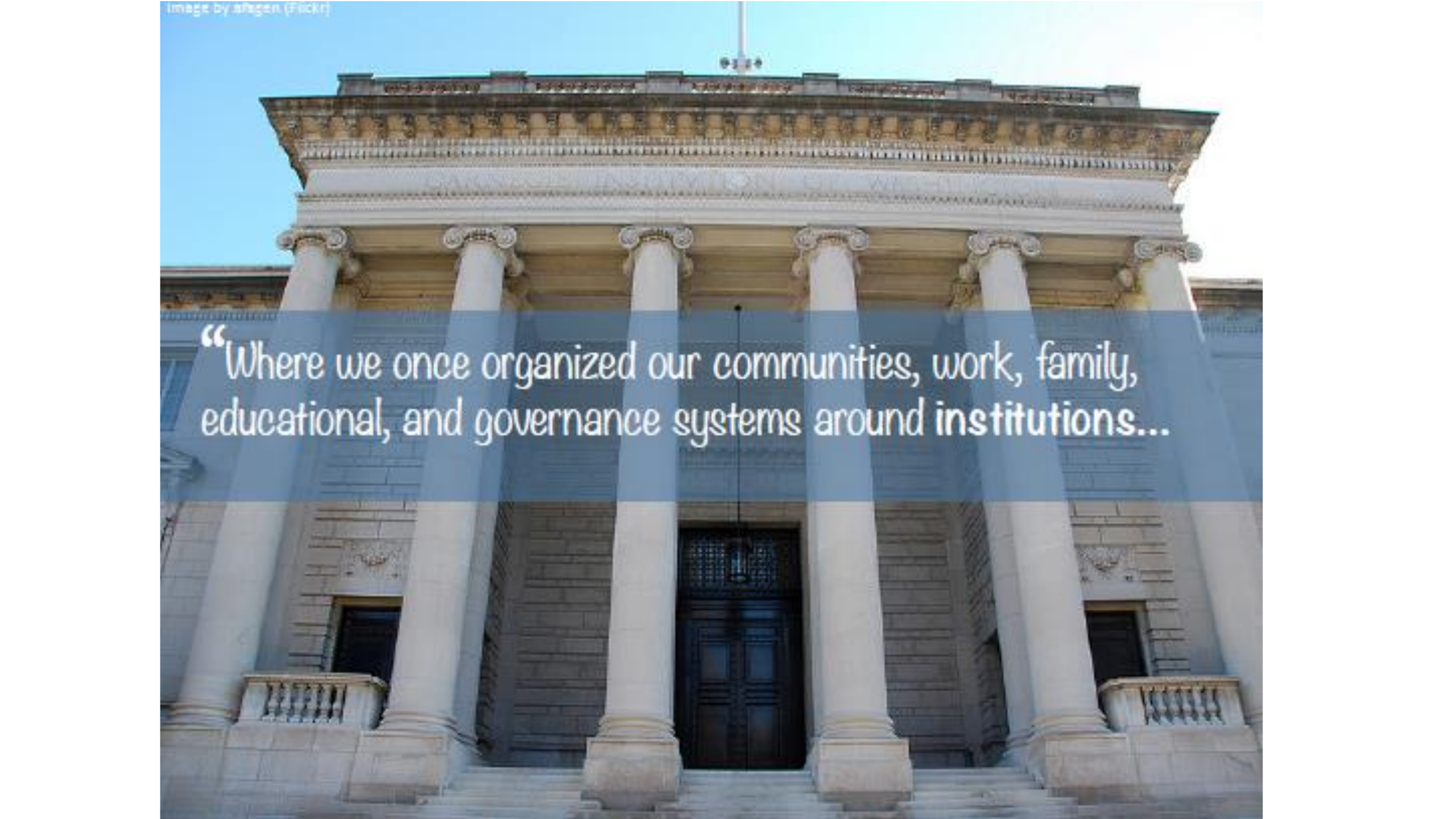
Gli individui networked sono caratterizzati da forme di appartenenza parziale a molteplici network e fanno meno affidamento su forme di appartenenza permanente a gruppi stabili.





Muovendosi tra relazioni e ambienti, gli individui networked possono modellare le loro complesse identità sulla base delle loro passioni, delle loro convinzioni, del loro stile di vita, delle loro associazioni professionali, dei loro interessi lavorativi, dei loro hobby o di un'ampia gamma di altre caratteristiche personali.





“Where we once organized our communities, work, family, educational, and governance systems around institutions...”



...we are increasingly navigating the world as connected individuals.”

- Lee Rainie & Barry Wellman, Networked: The New Social Operating System







Queste trasformazioni sono causate dalle innovazioni tecnologiche, da Internet e i dispositivi mobili?

NO! Nel mondo contemporaneo si sono però create tutte le circostanze tecnologiche, sociali ed economiche che **hanno contribuito a rafforzare un sistema operativo sociale basato sui network.**





Chi è a disagio con le tecnologie parte spesso dal presupposto che le persone conducano vite differenti, separate dalle loro vite quotidiane nel mondo reale. E invece (con la parziale eccezione dei videogiocatori molto assidui, studiati da Turkle) **le interazioni - e le vite - online e in presenza sono strettamente intrecciate tra loro.**



parte dal presupposto che gli incontri in presenza siano l'unica forma significativa di connessione sociale e non riconosce che le email, gli sms, i post su Facebook, i tweet ecc. sono **strumenti quotidiani che le persone usano in modo abituale per rimanere in contatto tra loro.**

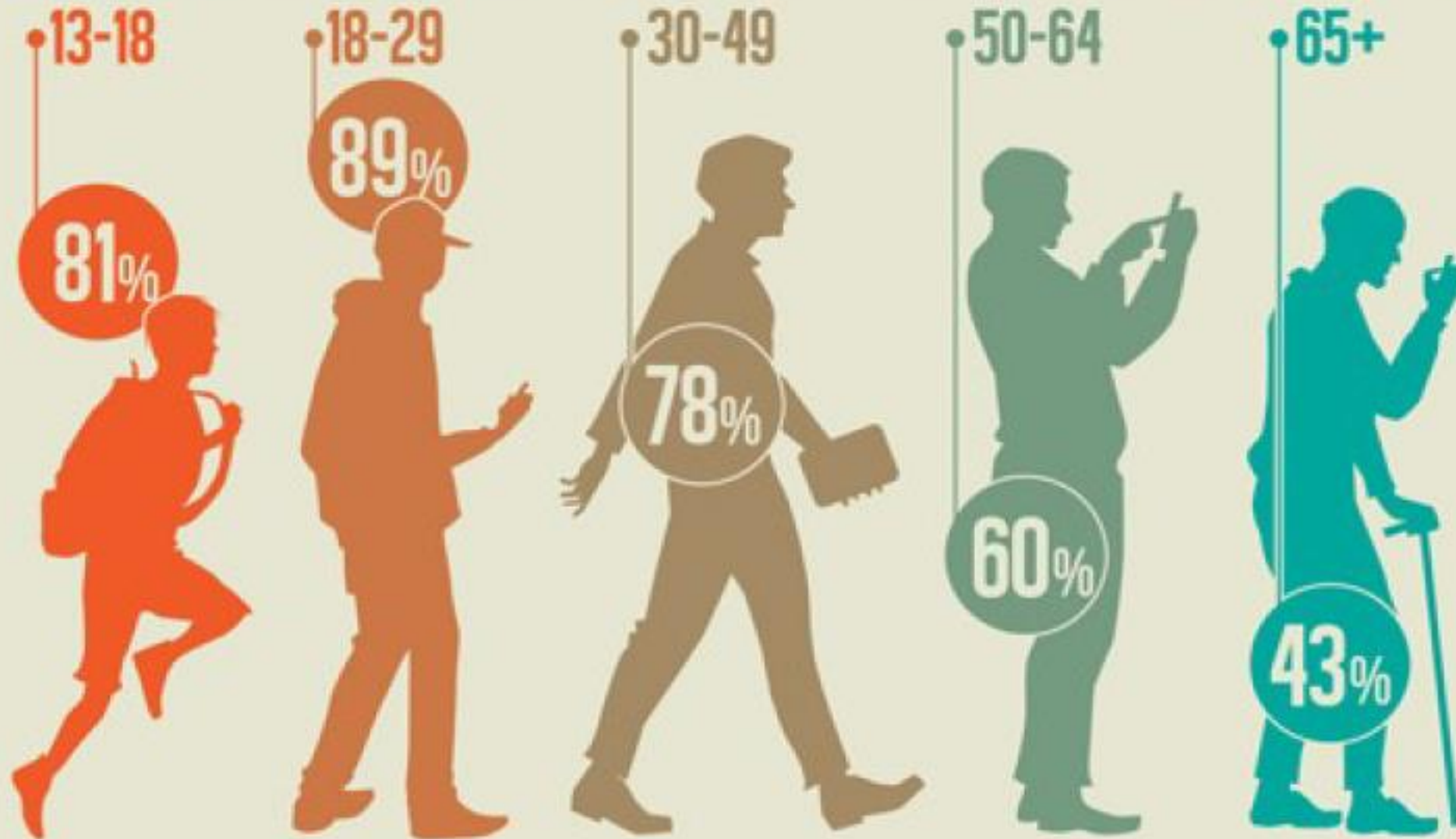




**Il networked individualism non è un'evoluzione che tende verso l'isolamento sociale, ma verso un'autonomia flessibile.**

I soggetti hanno maggiore libertà di personalizzare le proprie interazioni. Hanno maggiori opportunità di decidere dove, con chi connettersi e quale strumento/canale di comunicazione è più opportuno.

# AGE BREAKDOWN (OF SOCIAL MEDIA USERS)



I social media sono l'ambiente comunicativo dove il networked individualism trova espressione.



**JAN  
2016**

# **SOCIAL MEDIA USE**

BASED ON THE MONTHLY ACTIVE USER NUMBERS REPORTED BY EACH COUNTRY'S MOST ACTIVE PLATFORM

TOTAL NUMBER  
OF ACTIVE SOCIAL  
MEDIA USERS



**2.31B**

ACTIVE SOCIAL USERS  
AS A PERCENTAGE OF  
THE TOTAL POPULATION



**31%**

TOTAL NUMBER  
OF SOCIAL USERS  
ACCESSING VIA MOBILE



**1.97B**

ACTIVE MOBILE SOCIAL  
USERS AS A PERCENTAGE  
OF THE TOTAL POPULATION



**27%**

JAN  
2016

# DIGITAL IN ITALY

A SNAPSHOT OF THE COUNTRY'S KEY DIGITAL STATISTICAL INDICATORS



TOTAL  
POPULATION



**59.80**  
**MILLION**

URBANISATION: 69%

FIGURE REPRESENTS TOTAL NATIONAL  
POPULATION, INCLUDING CHILDREN

ACTIVE  
INTERNET USERS



*we  
are  
social*

**37.67**  
**MILLION**

PENETRATION: 63%

FIGURE INCLUDES ACCESS VIA  
FIXED AND MOBILE CONNECTIONS

ACTIVE SOCIAL  
MEDIA USERS



*we  
are  
social*

**28.00**  
**MILLION**

PENETRATION: 47%

FIGURE BASED ON ACTIVE USER  
ACCOUNTS, NOT UNIQUE INDIVIDUALS

MOBILE  
CONNECTIONS



*we  
are  
social*

**80.29**  
**MILLION**

vs POPULATION: 134%

FIGURE REPRESENTS MOBILE  
SUBSCRIPTIONS, NOT UNIQUE USERS

ACTIVE MOBILE  
SOCIAL USERS



*we  
are  
social*

**24.00**  
**MILLION**

PENETRATION: 40%

FIGURE BASED ON ACTIVE USER  
ACCOUNTS, NOT UNIQUE INDIVIDUALS



JAN  
2016

# TIME SPENT WITH MEDIA

SURVEY-BASED DATA: FIGURES REPRESENT USERS' OWN CLAIMED / REPORTED ACTIVITY



AVERAGE DAILY USE  
OF THE INTERNET  
VIA A PC OR TABLET



**4H 05M**

AVERAGE DAILY USE  
OF THE INTERNET  
VIA A MOBILE PHONE



**2H 10M**

AVERAGE DAILY USE  
OF SOCIAL MEDIA  
VIA ANY DEVICE



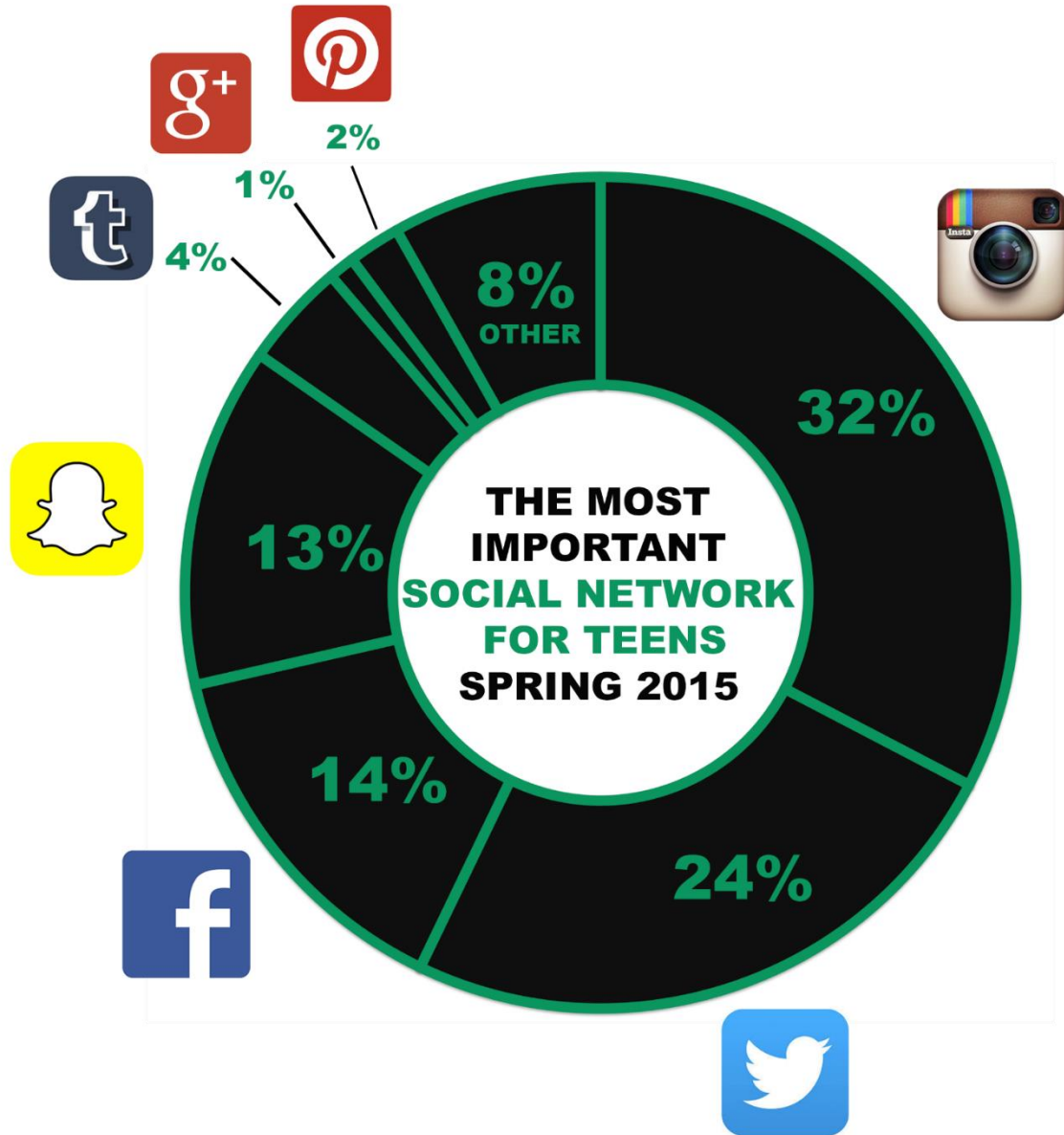
**1H 57M**

AVERAGE DAILY  
TELEVISION  
VIEWING TIME

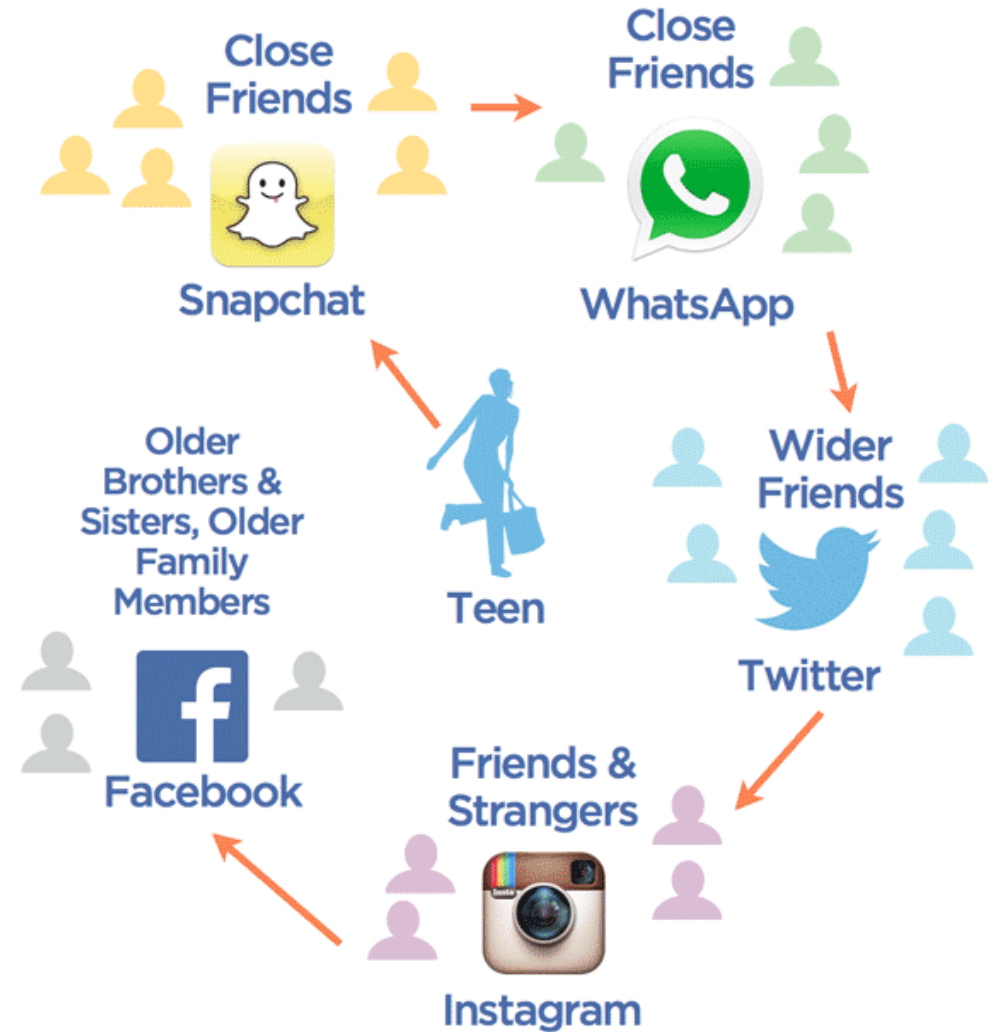


**2H 25M**

# La situazione negli USA



# How 16-18 Year Olds are using Social Media





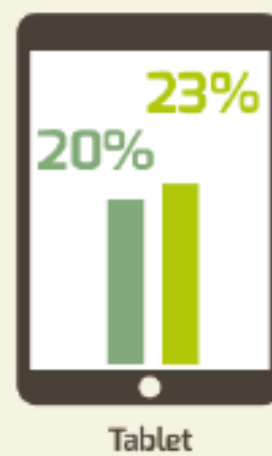
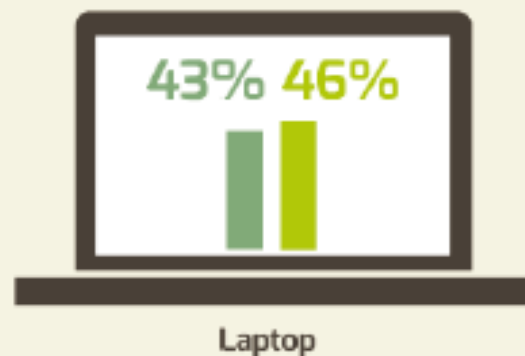


Snapchat, un ibrido tra una chat e un social media. Ha duecento milioni di utenti mensili, di cui circa un milione in Italia a marzo 2016.

Snapchat è il social più “giovane” al mondo: quasi il 60 % dei suoi utenti ha tra i 16 e 24 anni (contro il 30 % di Facebook). L'86 per cento ha meno di 35 anni. Esprime una forma di comunicazione più intima, irriflessa, di tipo prevalentemente visuale e non persistente (decade oltre le 24 ore).

# Cresce l'accesso a internet da devices personali e mobili

## How do children go online?



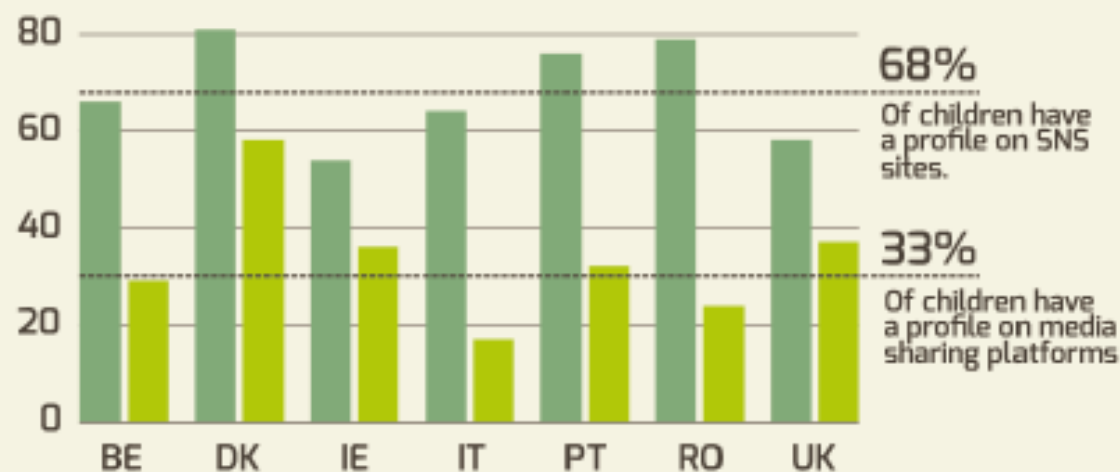
% of children who *own* the device  
% of children who *use* the device daily





# L'uso dei social network si diversifica

## Which social networking or media sharing platforms do they use?



### Social networking sites



Facebook  
90%



Twitter  
5%



Other  
5%

### Media sharing platforms



Instagram  
55%



YouTube  
37%



Other  
8%



Danes and Belgians use Instagram nearly as much as YouTube, while in Ireland and the UK, Instagram is more popular than YouTube.

YouTube is used more in Portugal, Romania and Italy.

Twitter is more popular in UK and among boys, teenagers and higher SES children.



# Gli smartphone e la gestione della vita quotidiana

%	Not true	A bit true	Very true
Since I have had a smartphone I find it easier to organise my daily activities	35	42	23
Thanks to my smartphone I feel more connected to my friends	19	39	42
Thanks to my smartphone I feel more connected to my family	43	36	21
Thanks to my smartphone I feel safer	44	36	20
Since I have had my smartphone I feel I have to be always available to family and friends	28	40	32
Thanks to my smartphone it is easier to do my homework and class assignments	47	37	16
Thanks to my smartphone I feel less bored	16	43	41





# Lo smartphone e gli amici



Giorgia (16 anni): *è cambiato molto perché prima non ci sentivamo mai quando eravamo a casa. Quando non avevo lo smartphone, per niente. Cioè o ci si incontrava in giro o a scuola e si decideva se incontrarsi fuori.*

*Mentre adesso a casa ci sentiamo spesso [...] Ed è molto meglio perché comunque le amicizie si rafforzano. Prima ero una ragazza quasi solitaria perché comunque tutti gli altri avevano lo smartphone, si sentivano, comunque avevano Facebook e io no.*



**Managing  
your  
Social  
Footprint**





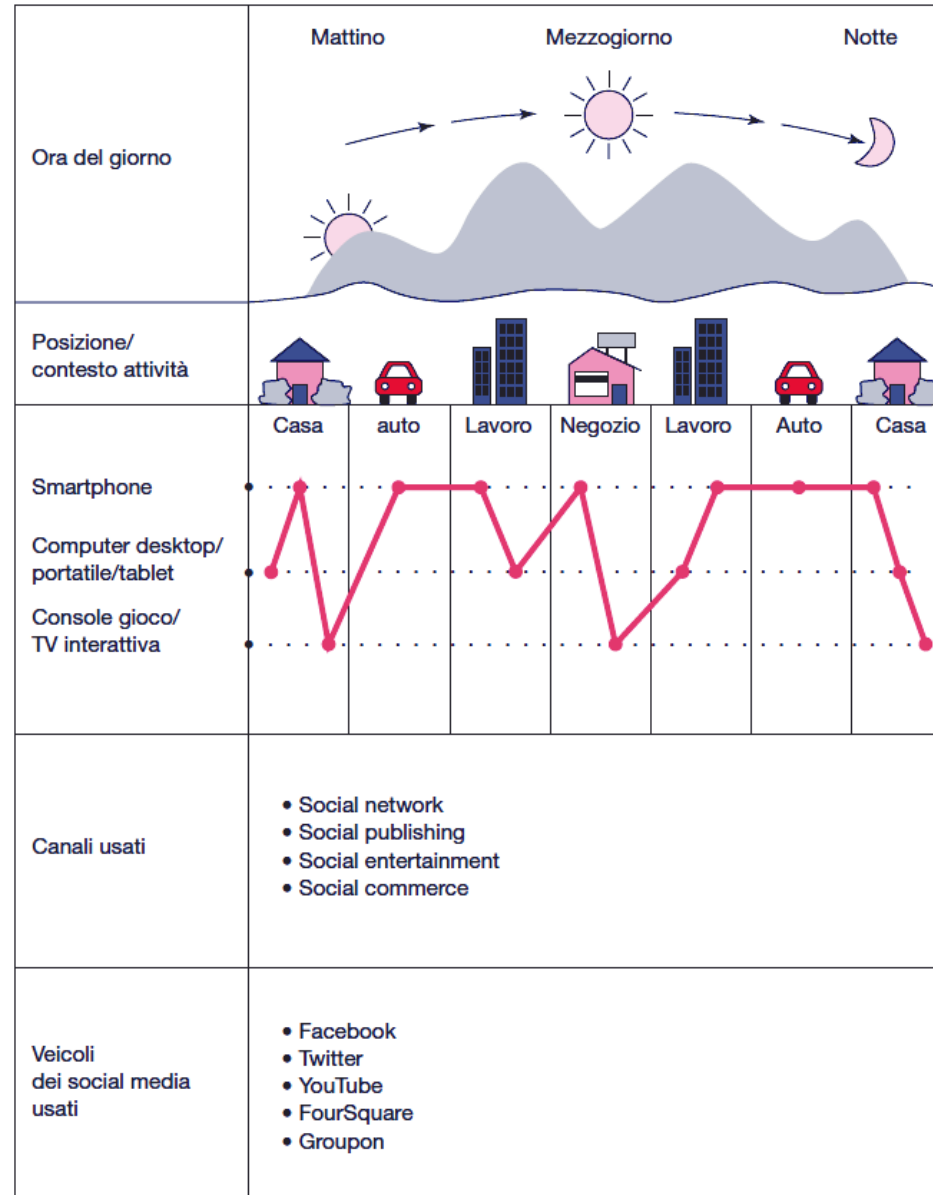
## Your Social Media Footprint



# Social Touch points in a Wired Life

**FIGURA 3.1** Una vita social.

Nel corso di una giornata, gli utenti dei social media entrano in contatto con una grande varietà di dispositivi, canali e siti, per varie ragioni. Che si tratti di controllare le previsioni del tempo, di cercare le ultime notizie, di rilassarsi guardando i video preferiti con i propri amici, o di cercare uno sconto su una pizza, i social media stanno diventando sempre di più parte delle nostre vite.



Fonte: Ken Martin e Ivan Todorov, "How Will Digital Platforms Be Harnessed in 2010, and How Will They Change the Way People Interact with Brands?", *Journal of Interactive Advertising* 10, n. 2 (primavera 2010), <http://jiad.org/article132>, visitato il 17 novembre 2010.

# Footprint su Facebook

App Dipartimento di Comu Facebook Twitter INFOSTUD - Sapienza Google Scholar Banca via Internet - Pr sky Sky Go MIUR - loginmiur.cine U-Gov Single Sign On Altri Preferiti

Alberto Marinelli

Alberto Home

## Filtri

- Registro attività
- Controllo del diario 4
- I tuoi post
- Post in cui sei taggato
- Post di altri
- Post che hai nascosto
- Foto
- Mi piace
- Commenti
- ALTRO
- Tutte le applicazioni
- ALTRO


## Registro attività

Cerca nelle attività

ottobre 2016


14 OTTOBRE

A Alberto Marinelli piace la foto di Giuseppe Mayer.



Tu pensa il casino che c'è oggi in paradiso  
#sempreallegri


Alberto Marinelli ha condiviso il video di Gazebo.



Mistero Fo raccontato da Makkox #DarioFo #gazeboFo

13 OTTOBRE


A Alberto Marinelli piace il post di Gianni Celata.



**ANTI RENZI E PRIMA REPUBBLICA, TUTTI CON D'ALEMA**  
huffingtonpost.it  
Tristezza da leader Maximo a macchietta di sé stesso


12 OTTOBRE

A Alberto Marinelli piace il post di Valerio Eletti.




**Science with and for Society – Contributions of Cybernetics and Systems**

2016 Sponsorizzata



39€ 29€


2015 Sponsorizzata



39€ 29€

A te abbiamo riservato lo ...  
sostienici.fondoambiente.it  
Un mese p...

A te abbiamo riservato lo ...  
sostienici.fondoambiente.it  
Un mese per salvare l'Italia.  
Un mese per fare un gesto concreto a sostegno del suo patrim...



Dominio .IT a €0,90  
promotions.register.it  
La nostra offerta ti lascerà a bocca aperta! Registra un dominio .IT a soli €0,90 e crea L...

A Francesco Marchianò piace il post di Francesco Ceniti.

Nadia Accetti ha aggiunto una reazione a un post.

A Danilo Dario Daris...

Romana Andò 8 m

Noemi Fiorini 1 h

Francesca Sensini 6 m

Giulia Marinelli 27 m

Olaf Dragan Skamm... 1 h

Conversazioni di gruppo

3a Liceo Classico 1975  
Licinio, Fabio, Barbara e altre 3...

ALTRI CONTATTI

Questi contatti non possono vederti in chat.  
Modifica

Stefano Epifani 3 h

Jessica Maria Vale 12 m

Cerca

Chiedimi qualcosa

20:22 16/10/2016



# Footprint su Chrome/Google

Chrome

Cronologia

Cerca nella cronologia

Cronologia

Estensioni

Impostazioni

Informazioni

È visualizzata la cronologia di questo dispositivo. [Ulteriori informazioni](#)

Oggi - domenica 16 ottobre 2016

- 20:21 Alberto Marinelli [www.facebook.com](http://www.facebook.com)
- 20:21 [https://www.facebook.com/alberto.marinelli.71/allactivity?log\\_filter=review&privacy\\_sour...](https://www.facebook.com/alberto.marinelli.71/allactivity?log_filter=review&privacy_sour...) [www.facebook.com](http://www.facebook.com)
- 20:21 (9) Chris Insight Vacations [www.facebook.com](http://www.facebook.com)
- 20:21 Chris Insight Vacations [www.facebook.com](http://www.facebook.com)
- 20:20 [https://www.google.it/search?q=facebook+audience+insights&lr=lang\\_it&bih=638&biw=136...](https://www.google.it/search?q=facebook+audience+insights&lr=lang_it&bih=638&biw=136...) [www.google.it](http://www.google.it)
- 20:20 [https://www.google.it/search?q=facebook+audience+insights&lr=lang\\_it&bih=638&biw=136...](https://www.google.it/search?q=facebook+audience+insights&lr=lang_it&bih=638&biw=136...) [www.google.it](http://www.google.it)
- 20:17 Inside The New Google Analytics "User Explorer" Report | seowe [seowe.com](http://seowe.com)
- 20:17 <https://www.google.it/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=0ahUKEwizgbS...> [www.google.it](http://www.google.it)
- 20:16 Inside The New Google Analytics "User Explorer" Report [pepperlandmarketing.com](http://pepperlandmarketing.com)
- 20:15 <https://www.google.it/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=0ahUKEwizgbS...> [www.google.it](http://www.google.it)
- 20:15 <https://www.google.it/search?q=google+insight&biw=1366&bih=638&source=Inms&tbm=isc...> [www.google.it](http://www.google.it)
- 20:15 <https://www.google.it/search?q=google+insight&biw=1366&bih=638&source=Inms&tbm=isc...> [www.google.it](http://www.google.it)
- 20:15 <https://www.google.it/search?q=google+insight&biw=1366&bih=638&source=Inms&tbm=isc...> [www.google.it](http://www.google.it)
- 20:15 <https://www.google.it/search?q=google+insight&biw=1366&bih=638&source=Inms&tbm=isc...> [www.google.it](http://www.google.it)
- 20:15 <https://www.google.it/search?q=google+insight&biw=1366&bih=638&source=Inms&tbm=isc...> [www.google.it](http://www.google.it)

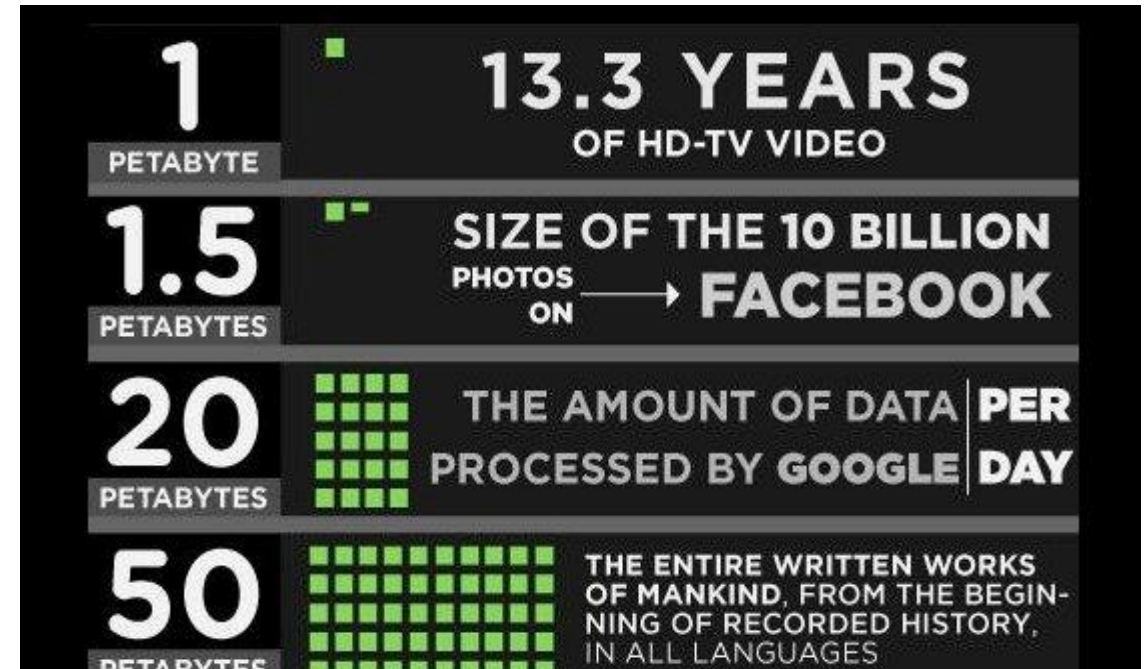
# BIG DATA



Enormi database da sottoporre a analisi che si caratterizzano per :

- **Volume:** le dimensioni del dataset, di immensa misura, dai petabytes agli zettabytes (1 zettabyte corrisponde ad un trilardo di bytes o  $10^{21}$  byte).
- **Velocità:** la rapidità di generazione dei dati stessi, ma soprattutto la necessità di raccogliarli in tempo reale.
- **Varietà:** foto, immagini, video, flussi di dati real-time attraverso sensori o computer, messaggi di testo, tweet, registrazioni audio, dati di localizzazione geografica, mappe, registri di chiamate, e-mail, interazioni sui social media, transazioni finanziarie e altre tracce digitali lasciate dalle persone durante la loro vita quotidiana in modo consapevole e non.

# Cosa sono i big data





# Protecting your digital footprint



WHO MIGHT BE ABLE TO READ THIS?

COULD  
SOMEONE  
MISINTERPRET  
WHAT I'M SAYING?

**THINK**  
BEFORE YOU POST ONLINE

AM I  
POSTING IN  
ANGER?

AM I SHOWING  
A BAD SIDE OF  
MYSELF?

AM I  
REVEALING TOO  
MUCH ABOUT  
MYSELF?

COULD  
SOMEONE FEEL  
DISRESPECTED?

# Mal di dati?



## Indicazioni e modalità d'uso

**Password:** conservare con cura

**Informazioni personali:** da rivelare con parsimonia

**Foto, post e commenti:** da mostrare a seconda dei casi



# Il cyberbullo ti è indigesto?



**ANTIBULLISMINE 1000 mg**  
compresse

## Indicazioni e modalità d'uso

**Avvisare** il molesto che l'atteggiamento ti infastidisce. Se il dolore non passa smettere di rispondere ai messaggi

**Bloccare** il molesto

**E se la cosa si protrae** avvisare le Autorità competenti

# Quando gli amici ti rimangono sullo stomaco



## Indicazioni e modalità d'uso

**Seleziona** le persone

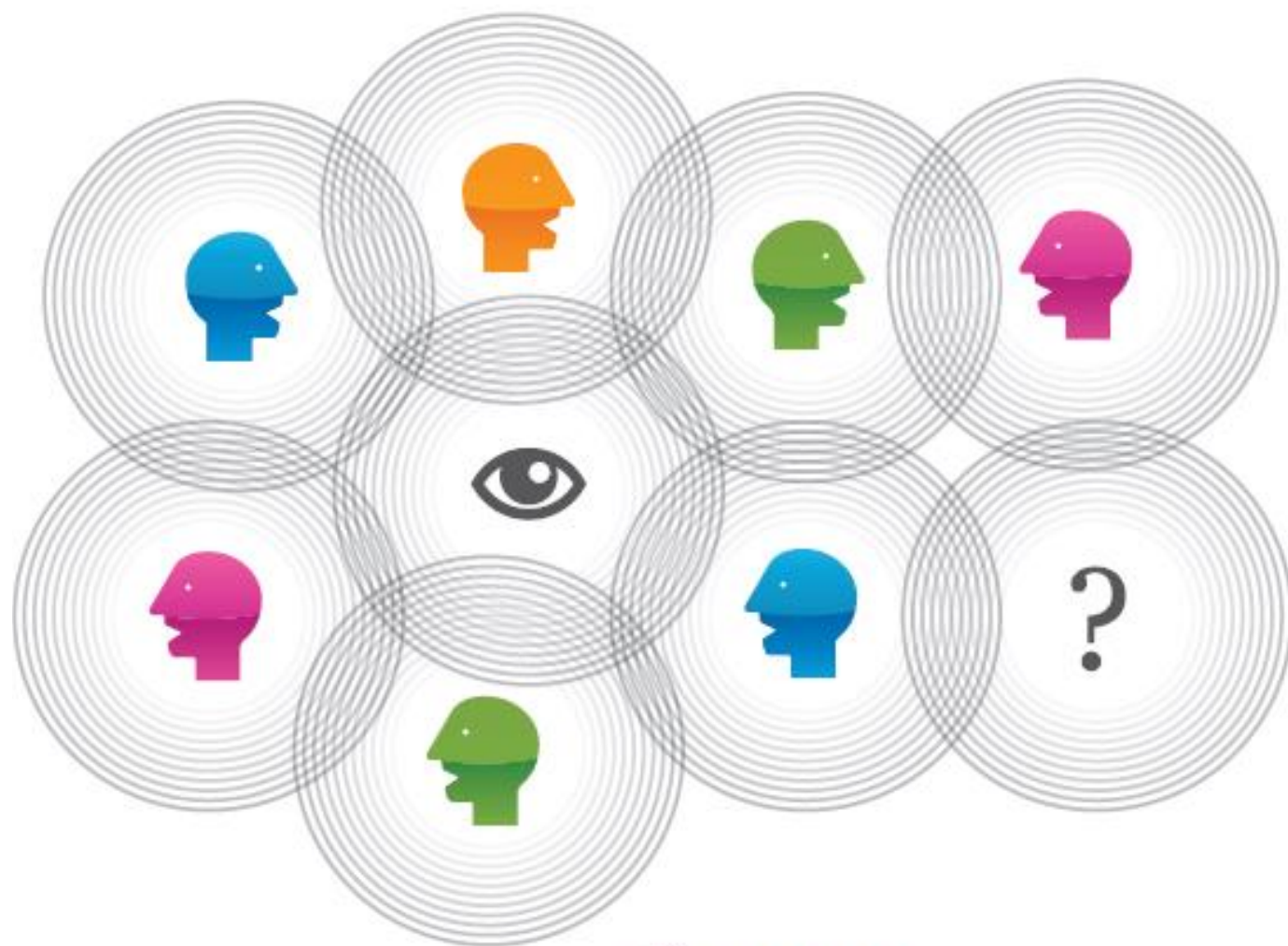
**Blocca** chi infastidisce

**Rifiuta** le amicizie

**Blocca e segnala** messaggi  
sessualmente espliciti

# SOCIAL PRIVACY

COME TUTELARSI NELL'ERA DEI SOCIAL NETWORK



GARANTE  
PER LA PROTEZIONE  
DEI DATI PERSONALI



1

### PENSARCI BENE, PENSARCI PRIMA

---

Pensa bene prima di pubblicare i tuoi dati personali (soprattutto nome, indirizzo, numero di telefono) in un profilo utente, o di accettare con disinvoltura le proposte di amicizia. Ricorda che immagini e informazioni che posti in rete possono riemergere, complici i motori di ricerca, a distanza di anni. Fai attenzione a quello che fai on-line e alle informazioni che condividi (in particolare se riguardano la tua salute o altri aspetti ancora più intimi) anche in forum o chat, perché potrebbe avere "effetti collaterali" sulla tua vita reale.

2

### NON SENTIRTI TROPPO SICURO

---

Prendi opportune precauzioni per tutelare la tua riservatezza, ma non illuderti di essere sempre al sicuro. Le foto e i video che scambi privatamente, magari di contenuto esplicito, possono essere sempre copiati e inoltrati ad altre persone "fuori dal giro dei tuoi amici". Non esistono, tra l'altro, messaggi che si autodistruggono con assoluta certezza.

3

### RISPETTA GLI ALTRI

---

Astieniti dal pubblicare informazioni personali e foto relative ad altri (magari "taggandone" i volti) senza il loro consenso. Sui social network e nella messaggistica istantanea uno scherzo o una semplice ripicca può facilmente degenerare in un grave abuso, facendoti rischiare anche sanzioni penali.

4

### SERRA LA PORTA DELLA TUA RETE E DEL TUO SMARTPHONE

---

Aggiorna l'antivirus del tuo smartphone. Usa login e password diversi da quelli utilizzati su altri siti web, sulla posta elettronica e per la gestione del conto corrente bancario on-line. Fai attenzione, inoltre, quando clicchi su uno dei tanti indirizzi internet abbreviati (ad esempio url tipo t.co, bit.ly oppure goo.gl) pubblicati sui social network, e verifica che non ti conducano a siti fasulli usati per rubarti i dati o per farti scaricare programmi con virus. Se possibile crea pseudonimi differenti in ciascuna rete cui partecipi. Non mettere la data di nascita (in particolare se sei minorenne) o altre informazioni personali nel nickname: così potrai rendere più difficile "tracciarti" o molestarti.

5

### ATTENZIONE ALL'IDENTITÀ

---

Non sempre parli, chatti e condividi informazioni con chi credi tu. Chi appare come bambino potrebbe essere un adulto e viceversa. Sempre più spesso vengono create false identità (sia di personaggi famosi, sia di persone comuni) per semplice gioco, per dispetto o per carpire informazioni riservate. Basta la tua foto e qualche informazione sulla tua vita... e il prossimo "clonato" potresti essere tu.



6

### OCCHIO AI CAVILLI

---

Informati su chi gestisce il social network e quali garanzie offre rispetto al trattamento dei dati personali. Ricorda che hai diritto di sapere come vengono utilizzati i tuoi dati: cerca sotto "privacy" o "privacy policy".  
Accertati di poter recedere facilmente dal servizio e di poter cancellare (eventualmente anche di poter salvare e trasferire) tutte le informazioni che hai pubblicato sulla tua identità.  
Leggi bene il contratto e le condizioni d'uso che accetti quando ti iscrivi a un social network. Controlla con attenzione anche le frequenti modifiche che vengono introdotte unilateralmente dal fornitore del servizio: capita spesso che i social network comunichino di aver cambiato i livelli di privacy che tu hai scelto per la tua identità solo alla fine di una lunga nota.

7

### **ANONIMATO, MA NON PER OFFENDERE**

---

Se lo ritieni opportuno, pubblica messaggi sotto pseudonimo o in forma anonima per tutelare la tua identità, non per offendere o violare quella degli altri. Difendi la libertà di parola, non di insulto. Ricordati che in caso di violazioni non è poi così difficile risalire agli autori di messaggi anonimi postati su Internet.

8

### **FATTI TROVARE SOLO DAGLI AMICI**

---

Se non vuoi far sapere a tutti dove sei stato o dove ti trovi, ricordati di disattivare le funzioni di geolocalizzazione presenti sulle "app" dei social network, così come sullo smartphone e sugli altri strumenti che utilizzi per collegarti a Internet.

9

### **SEGNALA L'ABUSO E CHIEDI AIUTO**

---

Se noti comportamenti anomali e fastidiosi su un social network, se vedi che un tuo amico è insultato e messo sotto pressione da individui o gruppi, non aspettare e segnala subito la situazione critica al gestore del servizio affinché possa intervenire immediatamente. A tale scopo, alcuni social network rendono accessibile agli utenti, sulle pagine del proprio sito, un'apposita funzione (una sorta di pulsante "panic button") per chiedere l'intervento del gestore contro eventuali abusi o per chiedere la cancellazione di testi e immagini inappropriate. In caso di violazioni, segnala subito il problema al Garante e alle altre autorità competenti. Se sei tu la vittima di commenti odiosi a sfondo sessuale, di cyberbullismo o di sexting, se stanno violando la tua privacy, non aspettare che la situazione degeneri ulteriormente e chiedi aiuto alle persone a te care e alle autorità competenti.



### PIÙ SOCIAL PRIVACY, MENO APP E SPAM

Controlla come sono impostati i livelli di privacy del tuo profilo: chi ti può contattare, chi può leggere quello che scrivi, chi può inserire commenti alle tue pagine, che diritti hanno gli utenti dei gruppi ai quali appartieni. Limita al massimo la disponibilità di informazioni, soprattutto per quanto riguarda la reperibilità dei dati da parte dei motori di ricerca.

Controlla quali diritti di accesso concedi alle App che installi sul tuo smartphone o sul tuo tablet affinché non possano utilizzare i tuoi dati personali (contatti, telefonate, foto...) senza il tuo consenso. Se non desideri ricevere pubblicità, ricordati che puoi rifiutare il consenso all'utilizzo dei dati per attività mirate di pubblicità, promozioni e marketing.



Questo è il compito per casa ... ora ne parliamo

