



Davide.it white paper

A background illustration of a network. It features several light blue human silhouettes and laptop icons connected by dashed lines, representing a social network or digital communication system.

IL FENOMENO DEI SOCIAL NETWORK



Facebook, MySpace, Netlog, etc.: si parla sempre più di social network. Ma cosa sono davvero e come funzionano le reti di relazioni su Internet? Quali sono i rischi connessi ad un uso poco attento e consapevole? La strategia dei genitori deve essere quella di controllare, vietare o ancora lasciar correre?

L'Associazione Davide.it prova a fare un po' di chiarezza affrontando un tema vasto e complesso ma sempre più attuale ed urgente.

INDICE

Introduzione.....	pag. 2
Cosa sono i social network	pag. 2
Facebook, MySpace, Netlog, etc.: a ciascuno il suo	pag. 4
I pericoli dei social network	pag. 5
Consigli pratici	pag. 7
Il social network sicuro CiaoNet	pag. 8
Conclusioni	pag. 9
Fonti.....	pag. 10

INTRODUZIONE

Internet viene spesso ritenuto responsabile di due problemi giovanili: il cattivo andamento scolastico e la superficialità nei rapporti, fino ai comportamenti cosiddetti a rischio. Per risolvere questi due problemi le modalità di intervento diffuse tra i genitori sono essenzialmente due. “Da una parte la strategia dei divieti: vieto Internet, vieto il computer, vieto la Playstation, vieto la televisione, fino a quando non arrivano risultati scolastici positivi. Dall’altra la strategia dei controlli: guardo (‘spio’) quello che mio figlio fa su Internet e se vedo che attua comportamenti a rischio o illegali intervengo. Ovviamente esiste un terzo atteggiamento, e forse è anche il più diffuso: ignoro qualsiasi cosa fino a quando non sono costretto a portarvi attenzione.”¹

Ma esiste una strategia vincente? E, soprattutto, come mai i giovani (e non solo) sono così attratti dalle reti sociali su Internet?

COSA SONO I SOCIAL NETWORK

I social network sono siti che consentono di mettere le persone in contatto e far nascere relazioni. Permettono di comunicare e condividere la propria vita con altri utenti che vivono ovunque nel mondo.

Per entrare a far parte della comunità di un social network è necessario effettuare una registrazione, compilando il form di richiesta dati per il profilo del nuovo utente. Attraverso la creazione di un profilo personale chi si iscrive può raccontare qualcosa di sé; pubblicare immagini, link, musica e video; partecipare a gruppi tematici e alle relative discussioni; interagire con altri utenti in vari modi.

E’ possibile ricercare persone specificando alcuni criteri come età, sesso, luogo di residenza, interessi comuni.

I social network si configurano quindi come delle **piazze virtuali che espandono la nostra possibilità di comunicare**, anche in ambito politico e sociale, trasformandoci in agenti attivi di campagne a favore di quello in cui crediamo.

Il social network ha totalmente aperto e modificato le frontiere della comunicazione digitale: **integra in un solo “contenitore” vari servizi**: il profilo dell’utente, il blog, la messaggistica, il download della musica, la gallery fotografica, la community.

¹ Giuseppe Pelosi *Aiuto! Ho un cyberfiglio! Manuale per genitori persi nella rete*, Ancora 2009.



Nei social network, inoltre, è esaltata una delle caratteristiche chiave del Web 2.0, cioè la partecipazione, l'interesse attivo dei membri a trovare amici e coltivare relazioni.

La **Community** è costituita da un gruppo di utenti che si aggrega in base a interessi comuni, per scambiarsi informazioni, cercare il confronto, attivando varie e profilate modalità di interazione interna al gruppo che si è formato e che può crescere e sviluppare a sua volta nuove community più specifiche. Il concetto di Community sviluppa nell'utente un senso di identificazione e di appartenenza a un gruppo che ha connotazioni e competenze particolari, che lo differenziano da altri gruppi e ne determinano l'identità. Gli utenti selezionano le modalità di comunicazione e di socializzazione che meglio aderiscono alle esigenze di interazione della Community e creano strategie mirate a implementare lo scambio di contenuti e di conoscenze. Appartenere a un gruppo che si è autoselezionato significa poter accedere al bagaglio culturale, sociale ed emozionale dei membri che ne fanno parte.

L'uso dei social network ha visto una crescita esponenziale negli ultimi anni e coinvolge un numero sempre maggiore di popolazione.

Secondo il 43° rapporto annuale del Censis (Centro studi investimenti sociali), pubblicato all'inizio dell'anno, sono 19,8 milioni gli italiani che hanno confidenza con almeno uno dei tanti social network esistenti.

La conoscenza di Facebook e YouTube è massima tra i giovani di 14-29 anni (il 90,3% e l'89,2% rispettivamente), risulta elevata tra gli adulti (il 64,2% e il 64%) e scende notevolmente solo tra gli anziani (il 24,6% e il 22,9%), tra i quali è l'uso ad essere praticamente nullo (intorno all'1,5%). Più della metà dei giovani, invece, utilizza Facebook (56,8%) e più di due terzi YouTube (67,8%), e non è trascurabile l'impiego di YouTube anche tra gli adulti (23,5%).

Anche una ricerca condotta dall'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano ha confermato l'**importanza dei siti di social network tra i ragazzi**. “Non si tratta di una centralità, come vedremo, solo d'uso (cioè in termini di ‘quantità’ di minuti passati o di qualità, rispetto al coinvolgimento e profondità nell'uso di tali servizi), ma in primis si tratta di una centralità valoriale.

Quando si parla di centralità dei social network si fa riferimento non solo alla capacità che hanno questi servizi di dialogare, fraseggiare, inserirsi con estrema forza nel tempo quotidiano dei giovani, ma ci si riferisce anche a una centralità che fa percepire ai ragazzi tali servizi sempre più ‘indispensabili’. Indispensabili in quanto legati a una contemporaneità in alcuni casi accelerante e complessa, che necessita di strumenti che semplificano e stabilizzano relazioni e tempi. Ma, viceversa, indispensabili anche perché strumenti in grado di aumentare la *molteplicità* del reale e le



occasioni di socialità.”²

Si parla già dell’era Web 2.0 come di un periodo ormai in fase di conclusione, che sta cedendo il passo al *Real Time Web*³, il web delle comunicazioni in tempo reale, che rappresenta una nuova forma di comunicazione e di essere online: si cercano e si diffondono informazioni su Internet nel momento stesso in cui vengono prodotte.

Con questo fenomeno emerge la **centralità delle persone all’interno dei social network**: sono gli amici che scegliamo il primo sistema di filtraggio della complessità e della eterogeneità delle informazioni online, saranno loro a selezionare i contenuti interessanti e di valore. Le nuove tecnologie da questo punto di vista ci mettono in contatto con dimensioni molto umane: spesso qualcosa ci interessa perché interessa a persone a noi vicine.

FACEBOOK, MYSPACE, NETLOG, ETC.: A CIASCUNO IL SUO

Il numero dei social network disponibili nella Rete è in continua ascesa: ce ne sono di tutti i tipi e possono essere generalisti o centrati su un particolare argomento (musica, lavoro, attualità, etc.). E’ impossibile prenderli in esame tutti: si farà una panoramica dei più “famosi” e dei più utilizzati dai giovani.

Facebook

Facebook è stato fondato il 4 febbraio 2004 da Mark Zuckerberg, all’epoca studente diciannovenne presso l’università di Harvard. Il nome del sito si riferisce agli annuari (che si chiamano, appunto, “Facebook”) con le foto di ogni singolo membro che alcuni college pubblicano all’inizio dell’anno accademico e distribuiscono ai nuovi studenti ed al personale della facoltà come mezzo per conoscere le persone del campus. Lo scopo iniziale di Facebook era di far mantenere i contatti tra studenti di università e licei di tutto il mondo, ma col tempo si è ampliato e oggi è diventato una rete sociale che abbraccia trasversalmente tutti gli utenti di Internet.



Secondo i dati forniti dal sito stesso, a fine 2009 il numero degli utenti attivi ha raggiunto i 300 milioni in tutto il mondo.

MySpace

MySpace è una comunità virtuale, creata nel 2003 da Tom Anderson e Chris DeWolfe. E’ utilizzato soprattutto da musicisti e da appassionati di musica.

Twitter

Twitter è stato creato nel marzo 2006 dalla Obvious Corporation di San Francisco. E’ un servizio che consente di restare in contatto con altre persone attraverso lo scambio di veloci e frequenti risposte alla domanda: Che c’è di nuovo? Si può condividere e scoprire cosa sta accadendo adesso, in qualunque parte del mondo.

2 S. Carlo, *I Social Network e la sua centralità nelle pratiche comunicative*, Atti del convegno “Volte e linguaggi nell’era crossmediale” Roma – 22-24 aprile 2010.

3 *Blog e Social Media nel mondo digitale 2.0: sfide, opportunità e scenari*, Seminario del TOSM (Torino Software and System Meeting), 26/05/2010.



L'insieme degli status message pubblicati su Twitter dagli utenti costituisce quindi un'enorme mole di materiale, in molti casi anche di una certa qualità.



LinkedIn

LinkedIn è un social network utilizzato principalmente per scopi professionali. Consente agli utenti registrati di mantenere una lista di persone conosciute e ritenute affidabili in ambito lavorativo.

Habbo

Habbo è un mondo virtuale dove i teenager possono socializzare attraverso degli avatar personalizzati. Questo mondo virtuale è basato attorno al concetto di un Hotel con "aree pubbliche" create da Habbo dove tutti gli utenti possono chattare e "stanze degli ospiti" create dagli altri giocatori.

Netlog

Netlog è un sito belga di social networking che si rivolge in particolare alla gioventù europea. Possiede una tecnologia di localizzazione che assicura che tutti i contenuti siano personalizzati a seconda del profilo di ogni membro. Questo permette ad ogni utente di potere effettuare ricerche personalizzate e di ottenere una



visione di insieme sulla comunità, facendo in modo che siano mostrati solo i profili di quei membri provenienti da una determinata regione o che abbiano altre specifiche caratteristiche. Inoltre è anche possibile mettere foto e urla "sotto i riflettori": è questo un modo per comparire in prima pagina e quindi essere visti da altri utenti di Netlog.

I PERICOLI DEI SOCIAL NETWORK

Da una ricerca condotta da Microsoft in 11 paesi europei, Italia compresa, su 14mila utenti, presentata in occasione del Safer Internet Day 2010, la giornata europea per la sicurezza in Rete, emerge che giovani e genitori non hanno sufficiente consapevolezza dei pericoli che si incontrano su Internet, anzi entrambi sono troppo sicuri delle proprie conoscenze per evitare davvero le insidie della Rete.

Secondo l'indagine il 79% dei teenager europei oggi ha almeno una propria pagina su un social network e il 43% ritiene sia pienamente sicuro postare e condividere informazioni personali attraverso i social media. Al punto da inserire online anche dati e riferimenti particolarmente sensibili: in Italia, ad esempio, il 26% dei ragazzi condivide il proprio indirizzo di casa, il 56% indica il nome della propria scuola, il 76% si scambia foto e video anche di amici e il 59% l'indirizzo di posta elettronica o di instant messaging. Evidentemente anche solo una di queste informazioni, condivisa senza attenzione nel Web, può permettere ad eventuali malintenzionati di aprire un fronte pericoloso di contatto. Ecco perché quasi due terzi dei teenager europei (63%) sono stati contattati online da sconosciuti, una percentuale che sale al 73% in Italia, la più alta tra i diversi paesi.

Non solo: più del 46% dei ragazzi spesso, spinto dalla curiosità, risponde a persone non fi-





date. Nonostante queste evidenze, il 59% dei genitori si dichiara sereno sulla navigazione in Rete dei propri ragazzi, convinto che sappiano adottare tutte le precauzioni per proteggere e condividere responsabilmente le informazioni online. Tanto che ben il 40% dei genitori italiani non ne controlla i movimenti online o i post pubblicati. Percentuale che cresce se vista attraverso le risposte dei più giovani: per il 66% dei teenager europei, infatti, i propri genitori non fanno nulla per limitare o controllare il loro utilizzo di Internet. Così è anche per il 55% dei ragazzi italiani, mentre solo 1 su 10 ha un sistema di parental control installato

sul proprio computer (12%) o utilizza Internet in soggiorno anziché nella propria camera da letto (15%).⁴

L'indagine sull'utilizzo dei sistemi di Social Networking⁵ condotta da ANSSAIF (Associazione Nazionale Specialisti Sicurezza in Aziende di Intermediazione Finanziaria) conferma questo *trend*: oltre il 55% degli intervistati non si ritiene affatto preoccupato dei rischi connessi con l'uso dei social network oppure ritiene che possa capitare solo ad altri. E la percentuale più elevata dei "non preoccupati" è proprio nella classe di età 18-30 anni.

Ma i rischi esistono, soprattutto se si fa del Web in generale e dei social network in particolare un uso poco attento e consapevole.

Un primo fondamentale problema che può emergere da un uso non attento delle reti di relazioni su Internet riguarda la **scelta delle informazioni personali da condividere**.

I social network sono strumenti che danno l'impressione di uno spazio personale, o di piccola comunità. Si tratta però di un falso senso di intimità che può spingere gli utenti a esporre troppo la propria vita privata, a rivelare informazioni strettamente personali, provocando "effetti collaterali", anche a distanza di anni, che non devono essere sottovalutati.⁶

Quando si inseriscono dati personali in un social network se ne perde il controllo. I dati possono essere utilizzati, rielaborati, diffusi anche a distanza di anni. Una volta caricata una fotografia, un video, un file audio, è possibile per chiunque copiarla sul proprio computer e poi, a propria volta, diffonderla. Per questo, anche se si cancella la propria copia del file, è possibile che ne esistano altre copie.

Inoltre le informazioni personali troppo precise rese visibili nel profilo dell'utente possono essere utilizzate da eventuali malintenzionati per localizzare potenziali vittime inconsapevoli.

Un altro pericolo diffuso all'interno delle reti di relazioni online sono i **falsi profili**, cioè persone che si spacciano per altre (si dichiarano età, sesso, identità diversi dalla realtà). E' importante che si abbia sempre la certezza di sapere con chi ci si sta relazionando.

Altro aspetto negativo dei social network è rappresentato dal fatto che i malintenzionati hanno sempre maggiori possibilità di orchestrare delle **truffe** ai danni degli utenti che corrono rischi frequenti di virus che infettano i computer, creando danni non indifferenti, come la violazione delle password.

4 *Safer Internet Day: minori in Rete senza timone*, La Stampa Web, 08/02/2010.

5 Indagine ANSSAIF (Associazione Nazionale Specialisti Sicurezza in Aziende di Intermediazione Finanziaria), giugno 2010.

6 Garante per la protezione dei dati personali, *Social Network: Attenzione agli effetti collaterali*, 2009.



I social network sono anche **terreno fertile per i cyberbulli** che scattano e trasferiscono in Rete fotografie imbarazzanti, oppure prendono di mira un utente, allontanandolo dalle discussioni con parole offensive, creando situazioni a volte tragiche. La Rete è un potente amplificatore delle informazioni, consente di comunicare in modo veloce e capillare: un vantaggio che si può trasformare in problema, quando il contenuto diffuso è dannoso.

CONSIGLI PRATICI

Di seguito una lista di consigli pratici, messi a disposizione da i più importanti organismi che si occupano di Internet e sicurezza.⁷

- E' fondamentale che gli utenti che hanno intenzione di iscriversi a un social network leggano nel dettaglio tutte le indicazioni rispetto alle norme che regolano la Privacy e le linee guida del regolamento.
- Occorre fare attenzione alle impostazioni predefinite. Nella maggior parte dei social network si può limitare l'accesso alle informazioni private ad alcune persone: è bene assicurarsi che l'accesso sia consentito soltanto alle persone conosciute.
- Non accettare la richiesta di "amicizia" di persone che non si conoscono direttamente o, se lo si fa, occorre almeno aumentare le misure di sicurezza.
- Non pubblicare dati sensibili e che consentano i contatti nella vita reale (come numero di telefono, indirizzo, etc.).
- E' altamente sconsigliato rendere pubblici tutti i propri dati personali, nonché accettare incontri con persone conosciute in Rete di cui non si ha conoscenza precisa.
- Non caricare immagini e video che ritraggono altre persone, senza che queste ne siano informate e abbiano dato la propria autorizzazione.
- Alcuni social network permettono solo di "disattivare" il profilo e non di cancellarlo. I materiali e i dati immessi online potrebbero quindi essere conservati nei server, negli archivi informatici dell'azienda che offre il servizio. Pertanto al momento dell'iscrizione occorre leggere bene cosa prevedono le condizioni d'uso.
- Siamo noi i migliori difensori della nostra privacy, per cui è indispensabile riflettere prima di inserire online dati che non si vuole vengano diffusi. Un'indagine condotta a giugno 2009 da Careerbuilder.com ha fatto emergere che il 45% dei datori di lavoro usa i social network per cercare i candidati per un impiego. Occorre quindi prestare la massima attenzione a ciò che si pubblica.
- Occhio allo spam: controllare come vengono utilizzati i dati personali da parte del fornitore del servizio. Se non si desidera ricevere pubblicità occorre rifiutare il consenso all'utilizzo dei dati per attività di promozioni e marketing.

Alcuni social network danno loro stessi consigli per un utilizzo corretto e sicuro. Quindi è bene prendere visione del materiale messo a disposizione, prima di registrarsi.

7

<http://www.sicurezzainrete7x24.org>



Ecco, ad esempio, i consigli per navigare sicuri in Habbo:

1. Tieni al sicuro le tue informazioni personali. Mantieni segreto il tuo nome completo, il tuo indirizzo, numero di telefono, le tue foto o il nome della tua scuola. In questo modo eviterai che qualcuno possa rintracciarti, compiere atti di bullismo nei tuoi confronti o metterti in pericolo.
2. Lascia che i tuoi amici rimangano pixel. Non incontrarti mai con persone che hai conosciuto su Internet. Se qualcuno ti chiede di incontrarlo, rispondi ‘No, grazie!’ e racconta l’accaduto ai tuoi genitori o ad un altro adulto di fiducia.
3. Non aver paura a chiedere aiuto. Se qualcuno ti fa sentire a disagio o cerca di spaventarti in Habbo, segnalalo al Moderatore di turno utilizzando il Punto Esclamativo Blu.
4. Dimenticati della webcam. Non puoi controllare le tue foto o le immagini della tua webcam. Se le metti online potrebbero arrivare ovunque e non potrai più rimuoverle. Potrebbero venire alterate, copiate ovunque ed essere utilizzate per atti di bullismo o di offesa nei tuoi confronti. Prima di caricare una foto in Internet, chiediti se ti sentiresti imbarazzato se tua mamma la vedesse.
5. Naviga intelligentemente nella Rete. Tutti i siti che ti offrono *Furni* o *Crediti* gratis o che fingono di essere dei nuovi Hotel di Habbo sono *scamsite*, ossia siti internet creati apposta per rubarti la password. Non fornire mai i tuoi dati di accesso ad Habbo e non scaricare nessun file dai loro server. Potrebbe trattarsi di pericolosi *keylogger* o addirittura di virus!

IL SOCIAL NETWORK SICURO CIAONET

Si è visto che i social network sono strumenti sempre più utilizzati dagli utenti del Web, in particolare dai ragazzi. Molti social network però sono stati pensati per un pubblico adulto e i contenuti che vi circolano sono prevalentemente destinati agli adulti, quindi sono **ambienti non privi di pericoli**: da qui la necessità di offrire ai ragazzi uno spazio protetto.

L’Associazione Davide.it Onlus, nell’ambito delle sue attività di promozione di un uso consapevole e positivo delle nuove tecnologie, ha voluto realizzare uno strumento **sicuro** per conoscersi e comunicare. **E’ nato così il social network CiaoNet, una rete per le relazioni su Internet dedicata in particolare ai giovani e alle famiglie.**

CiaoNet si presenta come uno strumento efficace ad educare ed incoraggiare i giovani ad utilizzare con intelligenza tutte le opportunità offerte da Internet; ad ampliare conoscenze e relazioni; a comunicare in modo democratico e creativo; a sfruttare le straordinarie possibilità di analisi e approfondimento della realtà messe a disposizione dal mezzo. Ha tutte le caratteristiche classiche per “incontrarsi” e fare amicizia, proprie dei comuni social network, ma è oggetto di **controlli sui contenuti immessi, il linguaggio utilizzato e gli argomenti trattati**. L’accesso al servizio è libero, ma **gli utenti devono rispettarne lo spirito e le regole**. Volontari e collaboratori cercano di garantire il sereno svolgimento delle attività quotidiane.

CiaoNet è per i ragazzi. I suoi contenuti devono essere appropriati al target di riferimento; gli adulti sono presenti in qualità di genitori, insegnanti, educatori.

CiaoNet è regolato da un codice di condotta e da strumenti di controllo per il monitoraggio dei contenuti. Strumenti automatici permettono di controllare i termini inseriti verificandone l’adeguatezza, parole ed espressioni non conformi alla policy del social network sono oscurate.



Un monitoraggio dei contenuti è messo in atto da volontari che permettono il corretto svolgimento delle attività, garantendo ai ragazzi una rete senza spazzatura.

Le nuove tecnologie hanno straordinarie potenzialità e non si devono demonizzare, occorre piuttosto mettere in condizione i giovani di poterle usare in tutta sicurezza.

Questa è la filosofia che sta alla base del **sistema di prevenzione Davide.it**, in primis del servizio di filtro che protegge l'utente dalla visione di siti inadatti ai minori e secondariamente di tutte le attività portate avanti dall'Associazione Davide.it Onlus, che da oltre dieci anni si occupa di tutela dei minori online.

In generale genitori e ragazzi conoscono i pericoli che si possono incontrare su Internet, tuttavia spesso li sottovalutano e i dati di percezione del rischio raccolti da importanti ricerche preoccupano.



E' indispensabile che da parte di genitori, educatori e insegnanti ci sia uno sforzo nella **tutela dei diritti dei ragazzi**. Occorre mettere a disposizione strumenti tali da consentire che l'utenza più giovane possa prendere confidenza con le nuove tecnologie in maniera sicura. CiaoNet vuole essere un passo in questa direzione.

Gli obiettivi della proposta infatti sono: **stimolare i ragazzi a confrontarsi su contenuti positivi; sfruttare al meglio le possibilità offerte dalle nuove tecnologie; usare Internet in modo responsabile e consapevole.**

CONCLUSIONI

Arrivati a questo punto è inevitabile “da una parte domandarsi quali siano le ragioni profonde che stanno decretando la centralità dei social network tra i consumi e gli immaginari giovanili, dall'altra se tale successo ci deve allarmare o meno.

Facciamo un piccolo passo indietro: la coltivazione di rapporti sociali in Internet non è una novità del 2.0. Internet è popolato da decenni da spazi di socialità: bacheche elettroniche, chat, forum. Ciò che cambia con i social network è l'**intensità di queste relazioni** che diventano meno volatili, più radicate e si avvicinano di più a relazioni off-line. I social network diventano cioè strumenti per gestire con estrema efficacia la socialità e il proprio ruolo nella rete di amicizie, conoscenze e potenziali tali.

I social network diventano cioè un '**rete di possibilità**': la possibilità di contattare tutti e di non perdere nessuno.

Una ulteriore riflessione riguarda il ruolo della famiglia: diversi soggetti intervistati hanno raccontato di avere tra i loro contatti i propri famigliari. Si tratta in massima parte della famiglia 'allargata': cugini coetanei o parenti lontani (rimasti al paese d'origine o in alcuni casi residenti all'estero). Con questi ultimi in particolare, si intessono relazioni finalizzate al mantenimento del contatto, che non faccia 'perdere' il legame con la rete familiare estesa.” C'è anche da considerare come il più delle volte “i ragazzi siano più intelligenti e moderati nell'utilizzo di tali strumenti di quanto certe rappresentazioni medialti vogliano far passare: spesso le critiche



ai social network risentono da una parte di un velato conservatorismo e luddismo, dall'altra di un certo pregiudizio da parte degli adulti nei confronti di un mondo che ancora capiscono in parte.

La caratteristica dei social network nell'essere acceleratori e organizzatori di relazioni e socialità non deve dunque spaventarci, se, come accade per la maggior parte dei nostri soggetti, tali relazioni e socialità hanno la capacità di arricchirsi di affettività e significati profondi.”⁸

Anche i social network, quindi, se ben utilizzati, sono utili: forniscono straordinarie possibilità di analisi e approfondimento della realtà e soprattutto consentono di comunicare, entrare in relazione con altri e non sempre solo in modo superficiale.

Non ci sono vere e proprie strategie, se non quella del buon senso: come ci si dà delle regole di comportamento nella vita reale, occorre farlo anche nel mondo virtuale. Un uso consapevole e attento di questi nuovi strumenti di comunicazione scongiura la maggior parte dei rischi e consente di godere solo del bello di Internet.

FONTI

Pelosi G., *Aiuto! Ho un cyberfiglio! Manuale per genitori persi nella rete*, Ancora, 2009.

Pettarin G., D'Amico E., *I segreti di Internet. Guida pratica per tutti I genitori*, Jackson Libri, 2008.

43° rapporto annuale del Censis (Centro studi investimenti sociali), 2010.

Safer Internet Day: minori in Rete senza timone, La Stampa Web, 08/02/2010.

Carlo S., *I Social Network e la sua centralità nelle pratiche comunicative*, Atti del convegno “Volti e linguaggi nell'era crossmediale” Roma – 22-24 aprile 2010.

Garante per la protezione dei dati personali, *Social Network: Attenzione agli effetti collaterali*, 2009.

Blog e Social Media nel mondo digitale 2.0: sfide, opportunità e scenari, Seminario del TOSM (Torino Software and System Meeting), 26/05/2010.

Indagine ANSSAIF (Associazione Nazionale Specialisti Sicurezza in Aziende di Intermediazione Finanziaria), giugno 2010.

<http://www.sicurezzainrete7x24.org>

<http://www.poliziadistato.it>

<http://it.wikipedia.org>

⁸ S. Carlo, *I Social Network e la sua centralità nelle pratiche comunicative*, Atti del convegno “Volti e linguaggi nell'era crossmediale” Roma – 22-24 aprile 2010.

