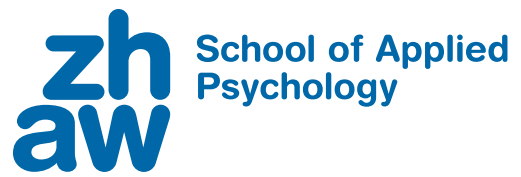


Cooperation partner



Zurich University
of Applied Sciences



JAMES focus

La sfera privata nei social network

Lic. phil. Isabel Willemse
Gregor Waller MSc
Brigitte Pfanner-Meyer
Prof. Dr. Daniel Süss

Team di ricerca: psicologia dei media, 2013

Web:

www.psychologie.zhaw.ch/JAMES

Impressum

Editore

ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
Departement Angewandte Psychologie
Pfingstweidstrasse 96
Postfach 707, CH-8037 Zurich
Telefono +41 58 934 83 10
info.psychologie@zhaw.ch
www.psychologie.zhaw.ch

Direzione del progetto

Prof. Dr. Daniel Süss
Gregor Waller, MSc

Autori

Lic. phil. Isabel Willemse
Gregor Waller MSc
Brigitte Pfanner-Meyer
Prof. Dr. Daniel Süss

Partner di cooperazione

Swisscom SA
Michael In Albon

Partner nella Svizzera francese:

Dr. Patrick Amey e Jennifer Blanchard
Université de Genève
Département de sociologie

Partner nella Svizzera italiana:

Dr.ssa Marta Cola e Alice Ponzoni
Università della Svizzera italiana
Facoltà di scienze della comunicazione

Partner in Germania:

Thomas Rathgeb
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest MPFS

Design del logo JAMESfocus

Sarah Genner

Citazioni:

Willemse, I. Waller, G., Pfanner-Meyer, B. & Süss, D. (2013). *JAMESfocus. La sfera privata nei social network*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Zurigo.

© ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften – Departement Angewandte Psychologie.

Indice

1. Prefazione	4
2. Situazione iniziale	5
Teorie sulla sfera privata	5
La sfera privata nei social network	5
Trasferimento delle teorie alla prassi delle reti sociali come Facebook	6
3. Statistiche sulle impostazioni per la privacy all'interno dei social network	6
Divulgazione di informazioni.....	8
Attività all'interno dei social network.....	8
4. Comportamento generale ed esperienze in Internet.....	9
5. Conclusione	10
6. Consigli utili per le scuole e i genitori	12

1. Prefazione

JAMES (acronimo tedesco di «Giovani, attività, media - rilevamento Svizzera») è uno studio rappresentativo sull'uso dei media e sulle attività nel tempo libero dei giovani di età compresa tra 12 e 19 anni in Svizzera. Lo studio è stato svolto la prima volta nel 2010 dalla ZHAW e viene ripetuto ogni due anni. I dati raccolti vengono sottoposti l'anno successivo a una seconda analisi approfondita e i risultati sono pubblicati nel rapporto JAMESfocus. JAMESfocus comprende nel 2013 quattro brevi rapporti incentrati sui seguenti temi:

- *Il ruolo dei media nel rapporto genitori-figli*
- *Uso dei media e rendimento scolastico*
- *Efficacia dei corsi sulla competenza mediale*
- *La sfera privata nei social network.*

Il rapporto sui risultati dello studio JAMES 2012 e tutti i rapporti JAMESfocus 2013 sono disponibili al link www.psychologie.zhaw.ch/JAMES.

Un caloroso ringraziamento va tributato in particolare ai nostri colleghi del Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs, Istituto di ricerca sulla pedagogia dei media) di Stoccarda, nello specifico a Thomas Rathgeb, Sabine Feierabend e Ulrike Karg che pubblicano lo studio JIM da 15 anni in Germania e ci hanno consentito di effettuare raffronti significativi attraverso lo scambio delle esperienze raccolte.

Uno studio in tre lingue richiede il supporto di partner di ricerca nelle tre regioni linguistiche. Si tratta in questo caso della Dr.ssa Marta Cola e di Alice Ponzoni della Facoltà di scienze della comunicazione dell'Università della Svizzera Italiana a Lugano e del Dr. Patrick Amey e di Jennifer Blanchard del Dipartimento di Sociologia dell'Università di Ginevra. Senza il loro supporto sarebbe stato impossibile svolgere il sondaggio – grazie mille, merci beaucoup.

Con la sua tesi di laurea triennale, Brigitte Pfanner-Meyer ha contribuito notevolmente al tema focus *sfera privata nei social network*, sviluppando un modello teorico basato su dati di ricerca. Questo modello è stato da lei validato usando i dati di JAMES. Il presente rapporto si basa in parte sulla tesi di Pfanner-Meyer. Per chi desidera approfondire il tema, consigliamo la lettura della tesi, che verrà pubblicata nell'estate 2014 (vedi bibliografia). Vorremmo ringraziare Brigitte Pfanner-Meyer sentitamente per le interessanti discussioni e l'impegno dimostrato.

Desideriamo infine ringraziare sentitamente Swisscom, che con il suo impegno nel settore della competenza mediale raggiunge molte persone in Svizzera e rende possibile JAMES e JAMESfocus grazie al suo contributo finanziario.

Il team di ricerca Psicologia dei media della ZHAW

2. Situazione iniziale

I social network sono reti all'interno di Internet nelle quali gli utenti possono fornire informazioni su se stessi presentandosi con un proprio profilo, entrare in contatto con persone o diventare loro follower. L'esempio più famoso è Facebook, fondato nel 2004 da Mark Zuckerberg e dai suoi compagni di università. Alla fine del 2013 Facebook contava 1,2 miliardi di iscritti in tutto il mondo, di cui 3,3 milioni in Svizzera¹. Altri esempi di social network sono Twitter, Google+, Instagram e Netlog. All'interno delle reti possono essere pubblicate diverse informazioni personali come età, sesso, nome, residenza, ecc. È possibile caricare o linkare foto e video. Spesso gli utenti possono essere taggati con il proprio nome. In alcune reti è infine possibile scegliere fra diverse impostazioni di privacy che consentono di nascondere alcune delle informazioni pubblicate a utenti o gruppi di utenti. Prima di approfondire questo discorso è però necessario spiegare il concetto psicologico generale di sfera privata.

Teorie sulla sfera privata

Per analizzare la sfera privata in chiave psicologica sono particolarmente adatti due modelli teorici sviluppati negli anni '70:

Westin (1970) sottolinea che l'uomo ha bisogno della sfera privata. Egli descrive la sfera privata come «... la rivendicazione di individui, gruppi o istituzioni del diritto di determinare autonomamente quando, come e in che misura l'informazione su se stessi sia comunicata ad altri» (traduzione libera degli autori dello studio JAMES). Egli propone una classificazione per configurare la complessità e problematicità delle esigenze legate alla protezione della sfera privata: *solitudine*, *intimità*, *anonimato* e *riservatezza* o *distacco*. Secondo Westin, quando un individuo è completamente nascosto all'osservazione di altri, si trova in una condizione di *solitudine*. L'*intimità* è la condizione che si crea all'interno di un piccolo gruppo di persone familiari, l'*anonimato* è descritto come uno stato di solitudine nel caso di gruppi più grandi e il *distacco* comporta una limitazione della divulgazione di informazioni su se stessi. Secondo Westin (1970) la sfera privata supporta l'individuo in quattro funzioni: in considerazione dell'*autonomia personale*, consente lo sviluppo dell'individualità proteggendola in tal modo dalle manipolazioni di altri. L'*alleggerimento emotivo* è raggiunto grazie alla possibilità di manifestare liberamente le proprie opinioni. L'*autovalutazione* integra esperienze personali in un insieme significativo che comprende idee morali e religiose. Infine, con la *comunicazione protetta* è possibile controllare il grado di privacy.

Altman (1975) definisce la sfera privata come «... il controllo selettivo dell'accesso al sé e al proprio gruppo» (traduzione degli autori). Secondo Altman, l'individuo o il gruppo controllano i limiti dell'interazione in modo tale che le loro esigenze possano essere soddisfatte in misura adeguata con il contatto. Ciò richiede un continuo adeguamento della sfera privata. I limiti vengono contrattati costantemente attraverso la comunicazione verbale e non verbale.

La sfera privata nei social network

I social network, soprattutto Facebook, aumentano il loro grado di attrattività se vengono pubblicate molte informazioni, come ad es. nome e cognome reali, fotografie di sé, di amici e di parenti, interessi, contatti, ecc. La sfera privata può essere protetta in diversi modi. Ad esempio, è possibile usare uno pseudonimo o scegliere una foto del profilo in cui non compare la propria immagine. Gli autori definiscono questa prudenza consapevole o questo occultamento di informazioni come *protezione analogica della sfera personale*. Le reti offrono inoltre la possibilità di effettuare impostazioni tecniche per tutelare la propria sfera privata. Ad esempio, in Facebook è possibile attivare l'impostazione secondo

¹Fonti: <http://bernetblog.ch/2014/01/03/facebook-zahlen-schweiz-plus-8-in-2013/>

la quale i post sono visibili solo dagli amici (ossia dai contatti Facebook). Se si desidera ampliare la cerchia, le informazioni del profilo possono essere rese visibili anche per gli amici degli amici. Facebook consente anche di creare delle liste di contatti con diverse impostazioni per l'accesso riservato a determinate persone per determinati contenuti. Questa procedura sarà oggetto di un'analisi più approfondita in quanto si tratta di funzioni offerte da ciascuna singola rete, e si parlerà anche di protezione *tecnica* della sfera privata.

Trasferimento delle teorie alla prassi dei social network come Facebook

In questo capitolo creiamo un ponte tra le teorie degli anni '70 e la divulgazione su Internet di dati personali da parte dei giovani circa 40 anni più tardi. Sebbene risalgano al periodo che precede l'era digitale, le riflessioni dei due scienziati continuano a essere attuali e possono essere applicate ai social network di Internet. Sull'esempio di Facebook è possibile fare le seguenti analogie con i quattro stati descritti da Westin (1970): se certe informazioni sono visibili solo per il titolare del profilo, questi si trova nello stato di *solitudine*. La condizione di una persona che pubblica una foto nel suo profilo consentendo solo a una piccola cerchia di contatti Facebook di vederla, può essere paragonata allo stato dell'*intimità*. Una possibile analogia con l'*anonimato* secondo Westin (1970) sarebbe la condizione in cui un profilo pubblico perde importanza in mezzo a milioni di profili e il titolare può continuare a sentirsi inosservato. La limitazione della visibilità dei dati personali attraverso impostazioni della privacy è paragonabile al *distacco*. Anche le funzioni della sfera privata, postulate da Westin, possono essere trasferite sul social network attualmente più utilizzato. Grazie alla possibilità di arricchire e integrare il profilo con foto e descrizioni su se stessi è assicurata l'*autonomia* personale come la intendeva Westin. Se questa viene violata, ad es. con la creazione di un profilo falso - un cosiddetto profilo fake - da parte di un'altra persona, viene lesa la sfera privata. Postare messaggi di stato o immagini così come esprimere preferenze (*mi piace*) ai contributi di altri può essere paragonato all'*alleggerimento emotivo* che si ottiene manifestando liberamente un'opinione. L'*autovalutazione* si raggiunge con il profilo nel suo insieme, oppure ad esempio con riassunti della rete, com'è stato il caso di Facebook che in occasione del decimo anno di vita ha consentito la creazione di un breve filmato che racchiudeva i punti salienti della presenza dell'utente nel social network. Anche su Facebook è possibile controllare il livello di privacy della comunicazione: gli utenti possono inviarsi messaggi personali o pubblicare post sulla bacheca (wall) di altri utenti, rendendoli accessibili a tutti coloro che possono vedere i contenuti del diario. In questo modo si assicura una *comunicazione protetta* se si trascura il fatto che anche i gestori della pagina possono avere accesso a queste informazioni (che, in base alle interpretazioni, si prefigura a sua volta come una violazione della privacy). Anche molte di queste azioni possono essere ricondotte alla definizione di sfera privata di Altman (1975). Anche il fatto che l'utente di Facebook possa/debba aggiornare regolarmente le impostazioni tecniche per la privacy, e che singole informazioni possano essere rese accessibili a determinati (anche diversi) gruppi di utenti, è in sintonia con il postulato di Altman. Ciò premesso, i prossimi capitoli tratteranno l'utilizzo concreto dei social network e la gestione della propria sfera privata all'interno di questi.

3. Statistiche sulle impostazioni per la privacy all'interno dei social network

Secondo lo studio JAMES 2012, l'82% dei giovani (12-19enni) possiede un proprio profilo su almeno un social network. Facebook è di gran lunga l'operatore preferito (Willemse, Waller, Süß, Genner & Huber, 2012). In Germania nel 2012 l'87% dei giovani (sempre di età compresa tra 12 e 19 anni avevano scelto nella maggior parte dei casi Facebook (Feierabend, Karg & Rathgeb, 2012). In Europa il 77% dei giovani di età compresa fra i 13 e i 16 anni possiede un account in un social network (Livingstone, Olafsson & Staksrud, 2011). Si deve tenere conto che i dati riferiti all'Europa sono stati rilevati un anno prima.

In media l'84% dei giovani svizzeri ha protetto il proprio profilo su social network mediante le impostazioni della privacy. Il 53% le aggiorna con regolarità e il 38% si preoccupa della visibilità dei propri dati.

Il 6% non ricorre ad impostazioni per la privacy e un decimo degli intervistati ha risposto di non sapere se ha attivato le funzioni di protezione nei propri profili. In Germania l'87% degli utenti di social network protegge i propri profili (Feierabend et al., 2012). Un confronto su base europea (UE Kids Online) può essere effettuato solo per i profili non protetti ossia pubblici. Il 27% degli utenti europei di social network nella fascia di età compresa tra 13 e 16 anni non protegge il proprio profilo (Livingstone et al., 2011).

I giovani pubblicano sui loro profili diverse informazioni private. Tra queste, il loro cognome vero, dove abitano, quale scuola frequentano e le informazioni di contatto. La maggior parte degli utenti di social network controlla mediante le impostazioni di privacy chi può vedere quali informazioni. Come si vede dalla Tabella 1, tendenzialmente sono più le ragazze dei ragazzi ad aver effettuato impostazioni tecniche a tutela della privacy. I 14-15enni sono i meno attenti nella protezione dei loro dati privati avendo risposto più spesso di non sapere se l'hanno attivate. I profili con una migliore protezione sono quelli dei 16-17enni. Emerge chiaramente che per i giovani della Svizzera tedesca è più importante proteggere la propria sfera privata rispetto ai loro coetanei nella Svizzera romanda e in modo particolare del Ticino. Riguardo all'adozione di misure a protezione dei propri dati personali non ha alcun rilievo se i giovani abitano in città o in aree rurali, se appartengono a un ceto sociale basso, medio o elevato o ancora se hanno un passato migratorio.

Tabella 1: configurazione della sfera privata in base a dati sociodemografici (*= significanza a livello del 5%)

		Si	No	Non io so
Sesso	Ragazze	87.3	8.9	8.8
	Ragazzi	80.2	8.5	11.3
Fascia d'età*	12-13 enni	77.4	9	13.6
	14-15 enni	73.5	8	18.5
	16-17 enni	93	1.9	5.1
	18-19 enni	85.6	8.6	5.8
Regione*	Svizzera tedesca	86.5	4.8	8.7
	Svizzera francese	79.1	8.4	12.4
	Svizzera italiana	70.3	13.4	16.3
Domicilio: urbanità/ruralità	Città	82.1	6.3	11.6
	Campagna	87.9	5.8	6.3
Ceto sociale	Basso	82.4	7.7	9.8
	Medio	87	5.4	7.6
	Alto	84.7	1.9	13.4
Passato migratorio	No	84.6	5.5	9.9
	Si	79.9	9.7	10.4

Divulgazione di informazioni

A seconda che proteggano o meno i propri profili con le impostazioni per la privacy, i giovani divulgano più o meno informazioni (vedi Figura 1). Se le impostazioni di privacy non sono attive e il profilo è dunque liberamente accessibile, viene postato un numero significativamente inferiore di foto e video di sé stessi o di amici o familiari e raramente il profilo è intestato al nome reale della persona. In questo caso i giovani forniscono più raramente indicazioni reali riguardo a sesso, nome proprio ed età. Sono tuttavia più disinvolti nella divulgazione di hobby, numeri di telefono e indirizzo e-mail. Viceversa, sui profili protetti viene pubblicato un numero significativamente maggiore di foto. Più spesso viene anche indicato il cognome reale. Poiché grazie a questa misura di protezione i dati possono essere visti solo da determinate persone, il senso soggettivo del controllo sui dati personali aumenta, così come la fiducia nei social network. Ciò determina che i giovani si comportano in modo più disinvolto con le proprie informazioni private. Questo vale per tutti i dati eccetto che per gli hobby e per le due informazioni di contatto indirizzo e-mail e numero di telefono. Il gruppo di coloro che non sanno se le impostazioni di privacy dei propri profili sono attive pubblica un numero significativamente inferiore di foto e video di sé o di altri e fornisce molto meno spesso il proprio cognome reale.

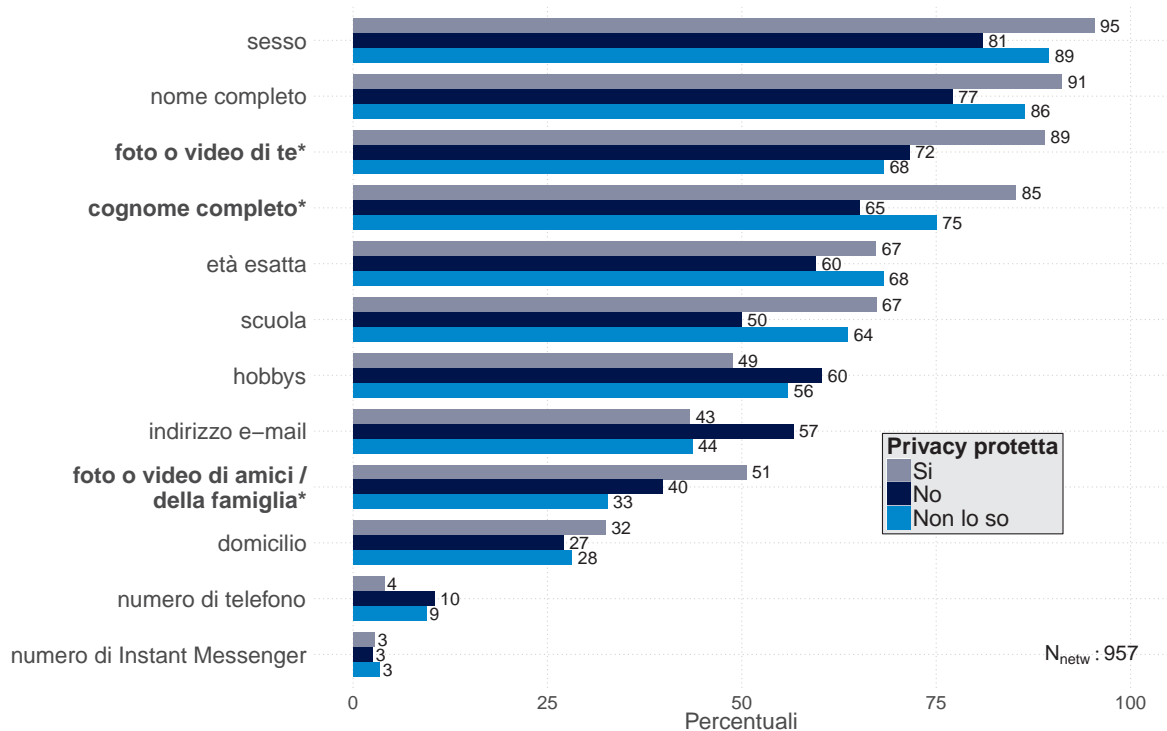


Figura 1: divulgazione di informazioni all'interno dei social network in relazione alla tutela della sfera privata

Attività all'interno dei social network

I tre gruppi si differenziano appena nelle loro attività sui social network. L'unica differenza significativa è che coloro che hanno attivato le proprie impostazioni di privacy scrivono molto più spesso sulla bacheca di altri utenti rispetto a coloro che non le hanno attivate. Chi scrive di meno sono coloro che non sanno neppure se hanno attivato queste impostazioni di protezione (vedi Figura 2). Tutte le altre differenze sono solo tendenze e devono essere considerate pertanto con cautela. I giovani con protezione attiva della sfera privata sono quindi più spesso dediti alle seguenti attività rispetto a coloro che non hanno questa protezione: inviare messaggi, cercare amici, pubblicare messaggi di stato e allacciare contatti. Invece, i giovani con un profilo aperto giocano più spesso all'interno delle reti e tendono a gestire i contatti mediante liste di amici. È interessante notare che i giovani che non sanno se hanno

protetto tecnicamente la propria sfera privata sfruttano le possibilità di networking (inviare messaggi, cercare amici e allacciare contatti) con frequenza quasi pari ai giovani che hanno protetto la loro sfera privata.

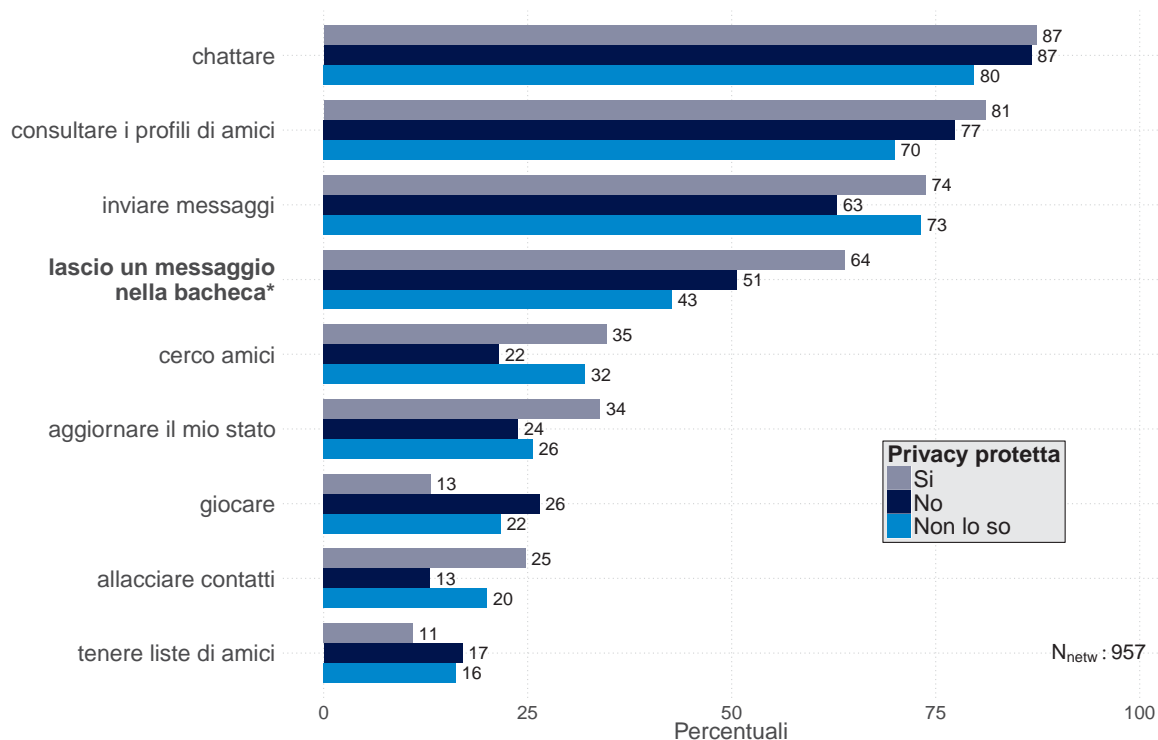


Figura 2: attività all'interno dei social network in relazione alla tutela della sfera privata

4. Comportamento generale ed esperienze in Internet²

I giovani intervistati sono online mediamente 2 ore e 8 minuti durante la settimana, che aumentano a 3 ore e 3 minuti nei giorni liberi. I tre gruppi di utenti di social network, quindi coloro che proteggono la propria sfera privata, coloro che non lo fanno e quanti non lo sanno, non si differenziano per la durata di navigazione.

Oltre all'utilizzo dei media, nello studio JAMES (Willemse et al., 2012) sono state rilevate anche le competenze tecniche, ad esempio se i giovani hanno già installato un software, creato un sito web o se sanno programmare un computer. È emerso che i giovani con competenze tecniche più elevate si servono maggiormente delle impostazioni per la sfera privata all'interno dei social network.

Anche fenomeni negativi in Internet, come la diffusione di informazioni offensive o il cybermobbing, sono stati rilevati nello studio JAMES. Le domande erano poste dalla prospettiva della vittima, ossia se i giovani fossero già stati vittima di esperienze di questo tipo e non se ne fossero stati loro stessi gli autori. In un profilo non protetto è relativamente facile lasciare commenti inopportuni, pertanto si po-

² Informazioni più precise sul metodo statistico sono contenute nel lavoro della signora Pfanner-Meyer (in fase di stampa) che sarà pubblicato nell'estate 2014.

trebbe pensare che i giovani che hanno già fatto esperienze negative siano i primi a proteggere il loro profilo rispetto ad altri. Invece le analisi statistiche rivelano che non esiste una correlazione significativa tra attacchi o offese subite in Internet e la protezione tecnica della sfera privata nei social network. Non è possibile verificare se in questi casi la sfera privata venga protetta in altro modo, ad esempio omettendo di pubblicare informazioni.

La protezione della sfera privata viene spesso tematizzata nei corsi sui media. Risulta pertanto interessante sondare se la partecipazione a un corso può essere messa in relazione con il comportamento dei teenager riguardo alla protezione della propria privacy. Questa tesi trova conferma nel fatto che i giovani che hanno partecipato a un corso sui media fanno uso molto più spesso delle impostazioni per la privacy rispetto a quelli che non hanno frequentato nessun corso.

5. Conclusione

Facebook si conferma come il social network più amato e utilizzato. L'accesso Internet mobile da cellulare consente inoltre di pubblicare informazioni ed esperienze quasi in tempo reale, sia su Facebook che su altri social network. È un aspetto di cui tenere conto alla luce della grande diffusione di smartphone tra i giovani svizzeri. Usando lo smartphone i post potrebbero essere pubblicati d'impulso e senza riflettere. Per questo motivo è importante proteggere i dati personali e privati dallo sguardo degli estranei, come fa la maggior parte dei giovani utenti di social network (oltre 80%). Negli ultimi due anni i giovani svizzeri hanno adottato accorgimenti sempre migliori per la protezione dei loro profili nei social network. Ciò consente loro di caricare dati sensibili su se stessi perché i destinatari sono conosciuti (a meno che abbiano attivato l'opzione «Amici di amici»). La protezione tecnica dei dati mediante le impostazioni per la privacy è un modo per proteggersi da sguardi curiosi. Un'altra via è caricare solo informazioni, che possono essere viste da tutti senza problemi (protezione analogica). Per la prima modalità erano disponibili dati che hanno consentito una valutazione, per la seconda non è stato possibile.

Con una percentuale relativamente alta di profili protetti si rilevano solo poche differenze nell'utilizzo delle impostazioni per la privacy. Le differenze sono ad esempio quasi nulle tra ragazze e ragazzi (differenze in base al sesso) e inesistenti tra diversi ceti sociali. Le uniche differenze nella gestione dei dati personali sono date in base alle fasce d'età e alle regioni linguistiche d'appartenenza. I più prudenti, che si preoccupano di una buona protezione delle proprie informazioni, sono i 16-17enni. Ciò può dipendere dal fatto che a quell'età stanno cercando un posto da apprendista o hanno appena iniziato l'apprendistato. Inoltre, negli ultimi anni il controllo della presenza nel social network dei candidati apprendisti da parte dei loro futuri tutor è sempre più spesso oggetto di discussione. Se le differenze tra giovani della Svizzera tedesca, romanda e del Ticino abbiano origini culturali o di altro tipo, è un aspetto di difficile interpretazione.

Tendenzialmente, i giovani che adottano misure tecniche per proteggere la propria sfera privata, sono portati a condividere maggiori informazioni di tipo personale, pubblicando foto e video di se stessi o di altri e indicando nel profilo il proprio cognome vero. Basandosi sul presupposto che i dati possono essere visti solo dai propri contatti, i giovani sono più aperti e disponibili alla condivisione. Per quanto riguarda le attività all'interno dei profili non si rilevano differenze degne di nota tra i tre gruppi (sfera privata protetta, non protetta, non so). Non diffondere informazioni è una forma di protezione della sfera privata. Il fatto che i giovani che non adottano misure di protezione tecniche pubblichino nettamente meno foto di se stessi o di amici e familiari e usino meno spesso il proprio nome vero, indica che proteggono la propria sfera privata con misure di tipo analogico.

Una competenza tecnica elevata si riflette nell'attivazione di un numero maggiore di impostazioni tecniche per la privacy. Occorre partire dal presupposto che la protezione della sfera privata richiede un certo know-how tecnico. Al contempo, i giovani con un interesse per la tecnica sono portati ad esplo-

rare tutte le possibilità di un profilo, arrivando a elaborare delle buone strategie. Insegnando queste strategie nei corsi sui media, i giovani possono venire a conoscenza delle impostazioni tecniche per la protezione della loro privacy e usarle più spesso. Questo insegnamento può inoltre aumentare la loro consapevolezza sull'importanza della sfera privata.

Le esperienze negative nei social network non determinano necessariamente un uso maggiore delle impostazioni tecniche per la protezione della privacy. Non è possibile rispondere in questa sede alla domanda se i giovani interessati si proteggano pubblicando poche informazioni o notizie del tutto innocue. Nel sondaggio è tuttavia emerso chiaramente che per i giovani sono più importanti le strategie di superamento rispetto alla preoccupazione per i propri dati personali o alle esperienze negative che possono causare. In altre parole, si occupano della loro sfera privata con cautela se conoscono le strategie e le possibilità a loro disposizione.

Come già esposto nell'introduzione, le teorie sulla sfera privata formulate prima dell'avvento dei social network in Internet si applicano anche in questo contesto. La differenza principale tra passato e presente è che con Internet è stato creato un contenitore gigantesco di informazioni (anche private). Questa memoria è accessibile ai più e dispone di funzioni di ricerca molto efficienti. La funzione dell'anonimato descritta da Westin (1970), ad esempio, non può più essere garantita nell'era di Internet.

6. Consigli utili per le scuole e i genitori

- **Informare in merito alle possibili conseguenze:** se i giovani sono informati sulle conseguenze di vasta portata (ad es. vaglio dei profili sui social network da parte dei futuri datori di lavoro), si comportano per lo più con maggiore cautela. Le discussioni sulle proprie impostazioni di privacy possono rafforzare la consapevolezza riguardo alla divulgazione di dati sensibili sui social network.
- **Test prima della pubblicazione:** «È un'informazione che potrebbe vedere anche mia nonna/mio nonno?» «È un'immagine che potrebbe essere appesa a scuola?», sono possibili domande per capire se o in che modo pubblicare qualcosa in un social network.
- **Forme di tutela della sfera privata:** la variante tecnica attraverso impostazioni per la privacy all'interno dei social network è solo una delle possibilità. Un'altra è, sostanzialmente, pubblicare poche informazioni (protezione analogica). Diffondere intenzionalmente informazioni false è ancora un'altra possibilità ma va usata con cautela perché la pubblicazione di informazioni sia vere che false può causare facilmente dei malintesi.
- **Rafforzare le competenze tecniche:** aumentare le conoscenze tecniche degli studenti riguardo all'uso del computer e di Internet può contribuire a una migliore protezione della loro sfera privata. Questo di norma accade perché acquisiscono le capacità tecniche per farlo, o perché si rendono conto cosa può succedere ai loro dati.
- **I genitori sono un esempio.** Cos'ha già pubblicato in Internet riguardo a suo figlio? Chieda il consenso di suo figlio! Faccia con suo figlio una ricerca su Google del suo nome e di quello di suo figlio. Che cosa compare e perché? Il modo in cui lei tratta dati e informazioni private si riflette nel comportamento di suo figlio.

Consigli specifici per Facebook

- Le impostazioni della privacy di Facebook sono preimpostate su «solo amici» per i profili di minorenni. Fare attenzione all'inserimento corretto della data di nascita e al 18° compleanno! Non appena Facebook rileva che il titolare di un profilo ha raggiunto la maturità, modifica automaticamente le impostazioni. Ad esempio, l'opzione «pubblico» per i minorenni significa «amici di amici» mentre per i maggiorenni va inteso alla lettera, pertanto i contenuti sono accessibili per tutti gli utenti.
- Le impostazioni della privacy devono essere controllate regolarmente perché Facebook le modifica continuamente. Ricordatelo ai vostri figli.
- Amici di Facebook = contatti di Facebook! Le liste di contatti di Facebook aiutano a mantenere una visione d'insieme e a rendere i contenuti accessibili solo a certi amici di Facebook. Soprattutto dato che non tutti gli amici in Facebook sono amici veri ma si tratta spesso di conoscenti.
- I divieti esercitano un grande potere di attrazione. Un bambino al quale è stato vietato di usare Facebook può crearsi facilmente un profilo sotto falso nome sul computer o sul cellulare di un amico.

Bibliografia

- Altman, I. (1975). *The environment and social behavior: Privacy, personal space, territory, crowding*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- Feierabend, S., Karg, U. & Rathgeb, T. (2012): *JIM-Studie 2012 – Jugend, Information, (Multi)-Media*. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. Stuttgart.
- Livingstone, S., Olafsson, K. & Staksrud, E. (2011). *Social Networking, age and privacy*. London, UK.
- Pfanner-Meyer, B. (in press). Privatsphäre online - warum sich Jugendliche in Sozialen Netzwerken schützen. Thun: ZHAW - Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Westin, A. F. (1970). *Privacy and freedom*. New York: Atheneum.
- Willemse, I., Waller, G., Süss, D., Genner, S. & Huber, A.-L. (2012). *JAMES - Giovani | attività | media - rilevamento Svizzera*. Zurigo: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

Angewandte Psychologie

Pfingstweidstrasse 96
Postfach 707
CH-8037 Zürich

Telefono +41 58 934 83 10
Fax +41 58 934 83 39

E-mail info.psychologie@zhaw.ch
Web www.psychologie.zhaw.ch