

Supporto allo sviluppo della sicurezza e legalità informatica nell'ambito delle iniziative rivolte ai giovani

Michele Crudele - 2012-01-12

B.4.a) Linee guida su social network nei portali pubblici - Guida operativa

Definizione

Un sito Internet di *social network*, nome comunemente usato anche in italiano per intendere una rete sociale telematica, mette a disposizione dei suoi utenti alcuni strumenti per condividere contenuti, generalmente autoprodotti e spesso relativi alla propria persona, e per stabilire connessioni con altre persone.

Tra le reti sociali si distinguono quelle nate per condividere di interessi da quelle basate su amicizie. Nelle prime domina la pubblicazione (i cosiddetti *post*) di contenuti a beneficio di altri, anche sconosciuti, mentre nelle seconde è rilevante la costituzione di una connessione, un legame che viene definito spesso “amicizia” anche se è molto labile e, in alcuni casi, fondato su conoscenze fasulle perché l'interlocutore mente riguardo a sé stesso.

Scenario

In Italia il termine *social network* è sinonimo di Facebook, rete basata su “amicizie”, anche se esistono funzioni come i “gruppi” o le “pagine” che girano attorno a un interesse comune senza necessariamente costituire legami tra i partecipanti. A fine 2011 Facebook dichiarava che erano 21 milioni gli italiani con un profilo e 13 milioni di essi vi accedevano quotidianamente, di cui circa la metà da dispositivi mobili. Alla stessa data Audiweb stimava in 27 milioni gli italiani abitualmente su Internet, di cui poco più di 13 milioni attivi nel giorno medio. Se ne deduce che quasi tutti gli italiani frequentatori abituali di Internet vanno su Facebook! Infatti è il sito più visitato in assoluto in Italia dopo Google che è il motore di ricerca monopolista di fatto.

Secondo la ricerca EU Kids Online del 2011 oltre il 70% degli adolescenti italiani tra 13 e 16 anni ha un profilo su Facebook, mentre tra quelli da 9 a 12 anni oltre il 30% ha pubblicato il proprio profilo, mentendo sull'età perché esiste il limite minimo di 13 anni.

La stessa ricerca ha evidenziato che la competenza digitale e la capacità di gestire la propria sicurezza informatica degli adolescenti italiani tra 11 e 16 anni è la più bassa tra i Paesi europei. Vuol dire che non sanno cambiare le opzioni di privacy sui *social network*, confrontare i siti per valutarne l'affidabilità, bloccare i messaggi dei molestatori e altre abilità analoghe.

Twitter è un *social network* che non richiede una relazione a due vie: mentre in Facebook se sono “amico” di qualcuno, questi è “amico” mio, in Twitter posso “seguire” i messaggi (*tweet*) di un altro o altra senza che lui o lei “segua” i miei. È in crescita in Italia ma è diffuso maggiormente tra gli adulti.

Un *social network* molto rilevante e molto usato dai giovani, caratterizzato da condivisione di interessi, è YouTube, per la pubblicazione e visione di filmati autoprodotti. Risulta al terzo posto fra i siti più frequentati in Italia. Anche se attraverso i “canali” e la pubblicazione di commenti ai filmati si può creare una comunità, è utilizzato soprattutto per diffondere video verso chiunque indistintamente. Nonostante Facebook permetta di inserire filmati nei messaggi, molti utenti continuano a usare YouTube come fonte associata ai messaggi di Facebook.

Un *social network* di qualità in forte crescita in Italia, non indirizzato ai giovani perché orientato al mondo professionale è LinkedIn che offre un interscambio di curriculum e referenze di lavoro.

Google+ è un'alternativa a Facebook che sta evolvendosi in un servizio pervasivo collegato a tutti i servizi Google, ricerca inclusa. Per questo motivo, nonostante se ne parli relativamente poco, sta aumentando rapidamente il numero di utenti. Ha introdotto dall'inizio le "cerchie" per definire la tipologia di connessione con ogni altro utente: non sono quindi tutti ugualmente "amici" come capitava su Facebook fino alla recente introduzione delle "liste" che hanno caratteristiche analoghe alle "cerchie".

Riflessioni

Senza entrare in analisi sociologiche approfondite, che vedono gli specialisti dividersi tra oppositori, fautori e neutrali nei confronti dei *social network*, vale la pena di sottolineare due temi che spiegano molti comportamenti di cui spesso ci si lamenta.

L'instaurazione di un legame bidirezionale tra due persone tramite un *social network* e non corrispondente a un'amicizia basata sul rapporto fisico, soprattutto se tra giovani, costituisce una "connessione senza vincolo". Vuol dire che la facilità della creazione del legame porta anche a una grande facilità nella sua rottura, senza particolari patemi d'animo. È quindi svalutato il significato dell'amicizia o, in generale, del rapporto interpersonale.

Gli psichiatri esperti in fenomeni di dipendenza da Internet notano come nel rapporto digitale, tramite reti telematiche, sparisce il senso di vergogna: non si arrossisce anche quando si commettono atti per i quali, in un incontro personale, ci si troverebbe fortemente imbarazzati.

La gestione delle comunità nei portali per i giovani

Alcuni portali destinati ai giovani cercano di convogliare gli utenti intorno a un tema fornendo servizi di comunità, analoghi a quelli di un *social network*. La forma più semplice è la partecipazione a un *forum*, ma può essere concessa la possibilità di pubblicare pagine o video. La normalità è impedire la pubblicazione anonima, anche per evitare vandalismi, richiedendo invece la registrazione come utente specifico. L'alternativa sicura, ma particolarmente onerosa perché richiede almeno un addetto stabile sempre attivo, è lasciare libera la pubblicazione senza identificazione, ma prevedere la moderazione dei *post*.

Proprio la richiesta di creazione dell'identità costituisce spesso l'ostacolo principale che rende queste comunità povere di utenti. Si aggiunge che la complessità della creazione di altri servizi di pubblicazione di contenuti testuali o audiovisivi in diverse forme frena molti gestori di portali per i giovani, anche per scarsità di risorse economiche da dedicare allo scopo, e quindi rende meno attraenti i portali stessi.

In molte occasioni purtroppo la gestione dei dati degli utenti è poco attenta dal punto di vista della sicurezza: trasmissione di *password* in chiaro attraverso la posta elettronica, autenticazione senza protocollo SSL (*https*), profilo personale non configurabile per proteggerne parte o tutto dalla visione altrui, sono solo alcuni punti deboli di una infrastruttura che richiede competenze specialistiche per poter garantire qualità.

Anche per questi motivi, diverse istituzioni preferiscono ora creare una propria pagina su Facebook e far partecipare i propri utenti tramite quell'identità che già posseggono. In questo modo si delega completamente a Facebook la gestione della sicurezza e della *privacy*, concentrandosi sui contenuti da trasmettere o sullo scambio di idee tra i partecipanti. È una politica vincente anche se comporta un parziale controllo su ciò che gli utenti pubblicano. Tra le opzioni di gestione delle autorizzazioni di una pagina Facebook c'è la possibilità di bloccare liste di parole ritenute sconvenienti, oppure considerate automaticamente "profanità". Strumenti aggiuntivi come Defensio aggiungono ulteriori livelli di controllo anche per evitare oscenità o *spam*.

Facebook e la prudenza

Nel rivolgersi ai giovani riguardo all'uso dei *social network* è d'obbligo fare riferimento in questo momento a Facebook. L'argomento è vasto, ma ci sono alcuni concetti fondamentali che possono essere trasmessi anche sinteticamente sui portali dedicati a loro.

Una premessa fondamentale è invitare a dedicare tempo a leggere le istruzioni d'uso di Facebook. È significativo che ognuno dedichi molte ore alla settimana a questo *social network* e non reputi importante spendere qualche minuto alla volta a studiarne le caratteristiche e funzionalità. Si tratta di una tendenza generalizzata soprattutto nei giovani attuali che si sono abituati a interfacce intuitive e non leggono mai le guide. Per esempio non tutti sanno che le impostazioni di *privacy* per i minorenni (sempre sopra i 13 anni, età minima per aprire un profilo) sono diverse da quelle per i maggiorenni e limitano alcune scelte, impedendo tra l'altro la condivisione verso tutti (anche se appare l'opzione "Pubblica", è invece destinata solamente agli "amici degli amici").

Nei consigli seguenti non diamo indicazioni dettagliate su dove attivare o disattivare le funzioni elencate anche perché le pagine e le diciture di Facebook cambiano nome con una certa frequenza. È semplice, partendo dal menu delle impostazioni personali, trovare quanto spiegato di seguito. In alternativa, il centro di aiuto di Facebook contiene le stesse informazioni con maggiori dettagli.

Navigazione protetta

Il primo consiglio è di tipo tecnico e riguarda l'impiego del protocollo *https* per l'autenticazione e navigazione. Vuol dire che tutti ciò che inviamo e riceviamo da Facebook è crittografato e quindi non comprensibile a chi dovesse intercettarlo. Poiché l'intercettazione di dati è abbastanza facile nelle reti *wireless*, si tratta di una misura di sicurezza necessaria che sarebbe opportuno fosse obbligatoria per tutti (non lo è perché comporta per Facebook costi aggiuntivi notevoli).

Ambito di pubblicazione

Facebook ha cambiato nel tempo e cambierà ancora le opzioni di pubblicazione dei propri messaggi. In questo momento è possibile scegliere se sono destinati a tutti, agli amici, agli amici degli amici, oppure a una delle "liste" di utenti che abbiamo creato oppure sono associate a gruppi (per esempio della nostra scuola).

La scelta non deve essere automaticamente su "Pubblica", cioè *post* destinato a tutti (che possono fare solo i maggiorenni). Bisogna riflettere su quello che abbiamo scritto e su chi sarà in grado di comprenderlo e dividerlo. Una saggia creazione di "liste" ci faciliterà il compito e ci permetterà anche di distinguere il grado di relazione con i nostri contatti.

Scopo del proprio profilo

Il consiglio più importante riguarda la domanda fondamentale: perché usiamo Facebook? Le risposte spaziano dalla curiosità all'esibizionismo, dalla voglia di conoscere nuove persone alla necessità di dialogare frequentemente con alcuni amici veri. Ciò che pubblichiamo è conseguenza di questa motivazione di fondo, non sempre consapevole.

Una pubblicazione abituale non meditata, basata sull'emozione del momento, può farci trovare a distanza di mesi con contenuti associati al nostro profilo che non riconosciamo come nostri oppure alterano fortemente la percezione pubblica della nostra identità. Ad esempio, se i nostri *post* sono prevalentemente su barzellette con connotazione sessuale, gli altri potrebbero concludere che siamo sesso-dipendenti: sarà difficile convincerli del contrario.

Per tutelarci di fronte a incomprensioni, possiamo mantenere a livello degli amici più stretti (elencati in una "lista" apposita) la condivisione di amenità o simpatici scherzi, che non saranno travisati perché ci conoscono personalmente.

Invece si può impostare la pubblicazione per tutti quando si scrive qualcosa che ci autopromuove, cioè che costruisce la nostra identità intorno ai nostri veri interessi scolastici, hobbistici o professionali. La gente ci conoscerà come esperti o interessati di un particolare ambito della cultura o della società. Ovviamente non bisogna mentire per evitare sgradevoli situazioni successive e conviene riservare questi *post* a contenuti verificati e di qualità per farci una fama positiva di fonte affidabile.

Inoltre la scelta di rendere visibile nel “diario” (*timeline*) la storia dei nostri *post* e altre informazioni passate che ci riguardano è una decisione da prendere in modo ponderato, andando a rivedere tutto ciò che elencato nel nostro “registro attività” ed eventualmente nascondere qualcosa o eliminarlo.

Inserzioni di Facebook

Facebook guadagna dalla pubblicità contestuale che appare accanto alle pagine degli utenti. Ha attivato sofisticati sistemi di personalizzazione che rendono più probabile la visualizzazione del contenuto della pubblicità da parte dei visitatori. Nella sezione *Impostazioni account* la pagina riguardante le inserzioni permette di scegliere cosa Facebook può associare del nostro profilo alle pubblicità. Il sistema è sempre in evoluzione e va tenuto d'occhio rivisitandolo ogni tanto per capire come si comporta. Si corre il rischio infatti di essere associati a pubblicità non gradita, perché una volta abbiamo scelto “Mi piace” su una pagina con contenuti che ormai non condividiamo più.

Segnalazione di abusi

La sezione di Facebook “Segnala abusi o violazioni della *privacy*” è particolarmente dettagliata, sulla scia delle richieste dell'opinione pubblica. Tuttavia alcuni sondaggi rilevano che sono molto pochi coloro che la consultano.

Il problema più frequente è il furto di identità che può essere particolarmente pericoloso anche quando è fatto per gioco da qualche amico. C'è il caso di chi crea un profilo falso a nome nostro che non lo abbiamo ancora, e il caso in cui scoprono la nostra *password* e la cambiano impadronendosi del nostro profilo.

In questa seconda situazione le persone della nostra rete sociale continuano a credere di avere a che fare con noi e quindi interpretano come nostre le azioni dell'impostore, con possibili conseguenze spiacevoli nella vita reale. Non è facile recuperare la credibilità o la dignità quando sono state compromesse da qualcuno che ha agito al posto nostro.

Valgono quindi i criteri fondamentali sulle *password*: non usare parole o nomi, ma combinazioni di lettere e altri caratteri; non trascriverla per ricordarla, ma utilizzare regole segrete di memorizzazione; non dirla mai a nessuno, neppure amici o parenti; non digitarla davanti ad altri.

In caso di furto d'identità, definito “violazione dell'*account*”, si deve seguire quanto proposto da Facebook, ma conviene anche sporgere denuncia alla Polizia delle Comunicazioni, per tutelarsi di fronte a possibili reati commessi da chi si spaccia per noi.

Tra le altre segnalazioni possibili conviene segnalare quelle riguardanti il bullismo, la pornografia, lo *spam* e il *phishing*, il diritto d'autore, la violenza, la droga, l'autolesionismo, la bulimia e l'anoressia, i profili di minori di 13 anni.

Michele Crudele - 2012-01-12