Giorgia Nesti e Nicoletta Parise

GIOVANI IN RETE

INDAGINE NELLE SCUOLE DEL VENETO SULL'USO DEI SOCIAL MEDIA E SULLA TUTELA DELLA REPUTAZIONE ONLINE

CORECOM
Comitato Regionale per le Comunicazioni
VENETO

Università degli Studi di Padova
Dipartimento di Scienze Politiche, Giuridiche e Studi Internazionali (SPGI)

Giovani in rete.
Indagine nelle scuole del Veneto sull'uso dei social media e sulla tutela della reputazione online

Giorgia Nesti e Nicoletta Parise

CORECOM Comitato Regionale per le Comunicazioni VENETO

Università degli Studi di Padova
Dipartimento di Scienze Politiche, Giuridiche e Studi Internazionali (SPGI)

Citare come:

Nesti G., Parise N. (2018). *Giovani in rete. Indagine nelle scuole del Veneto sull'uso dei social media e sulla tutela della reputazione online*. Rapporto di ricerca. Dipartimento di Scienze politiche, giuridiche e studi internazionali, Università degli Studi di Padova. Disponibile presso: http://corecom.consiglioveneto.it/corecom/

La ricerca è stata condotta grazie al contributo del Comitato Regionale per le Comunicazioni della Regione Veneto.

INDICE

Prefazione 7
1. La *web reputation* 9
2. Obiettivi e metodologia della ricerca 10
3. I risultati della survey nelle Scuole Secondarie di Secondo Grado 14
3.1 L'uso dei social network 15
3.2 I rischi della rete 20
3.3 La tutela della privacy 22
3.4 La reputazione digitale 26
3.5 La gestione del rischio 31
3.6 La domanda di formazione 35
4. I risultati della survey nelle Scuole Secondarie di Primo Grado 38
5. Conclusioni e raccomandazioni 46
Ringraziamenti 49
Bibliografia 50
Allegato 1 - Elenco delle Scuole che hanno partecipato all'indagine *Giovani in rete* 53

Prefazione

La continua evoluzione dei servizi legati a internet e alle tecnologie dell'informazione e l'utilizzo sempre più diffuso dei social network ampliano la gamma di strumenti disponibili agli utenti, in particolare ai giovani, da utilizzare per lo studio, il lavoro o le attività di svago. Ma, all'aumentare delle opportunità offerte dalla rete, aumentano anche i rischi che i giovani incorrano in situazioni negative, potenzialmente lesive della loro dignità e della loro immagine.

I Comitati regionali per le comunicazioni (Co.re.com.) da anni si occupano di tutela dei minori nel settore radiotelevisivo locale, in virtù delle competenze loro delegate dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM). A dicembre 2017, tramite la stipula dell'*Accordo Quadro concernente l'esercizio delle funzioni delegate ai comitati regionali per le comunicazioni tra l'AGCOM e la Conferenza delle regioni e delle province autonome e la Conferenza dei Presidenti delle assemblee legislative delle regioni e delle province autonome* queste competenze sono state ampliate prevedendo che i Co.re.com. possano intraprendere iniziative di studio, di analisi e di educazione all'utilizzo dei nuovi media. In Veneto il Co.re.com. si è già mosso in questa direzione firmando, con le altre istituzioni del territorio, un *Protocollo d'intesa per la promozione di un utilizzo positivo, consapevole e responsabile di internet da parte dei giovani e per la tutela della loro reputazione sul web* e prendendo parte all'*Osservatorio Scolastico Regionale permanente per il Veneto*, per la prevenzione e il contrasto del bullismo e cyberbullismo e l'educazione alla legalità.

Rientra in questo rinnovato quadro istituzionale anche il progetto del Co.re.com. Veneto di istituire lo *Sportello Pronto Soccorso Web Reputation*, che si propone di aiutare tutti i residenti nella regione, e i cittadini e le cittadine soprattutto più giovani, a gestire eventuali casi di lesione della loro reputazione online e di accompagnarli attraverso attività formative e informative ad un uso più consapevole e arricchito delle nuove tecnologie.

In questa prospettiva, la ricerca *Giovani in rete* realizzata dall'Università di Padova su incarico del Co.re.com. Veneto si propone di analizzare la realtà regionale per meglio comprendere come gli adolescenti si rapportino all'uso dei social network, quali rischi affrontino e con quali conseguenze, e di offrire un supporto scientifico al Co.re.com. Veneto da cui muovere per meglio progettare gli interventi futuri in materia di tutela della reputazione sul web.

Il Presidente del Co.re.com. Veneto
Avv. Gualtiero Mazzi

Giovani in rete. Indagine nelle scuole del Veneto sull'uso dei social media e sulla tutela della reputazione online

1. La *web reputation*

La reputazione può essere definita come la stima, la considerazione di cui gode una persona nella propria comunità di riferimento. Più specificamente, Steven L. Nock la definisce come: 'la percezione condivisa, o collettiva, di una persona. E' il prodotto di innumerevoli contatti tra le persone' (1993, p.2). La reputazione è, per l'autore, una componente fondamentale della fiducia necessaria a costruire le relazioni sociali: una buona reputazione rende, infatti, le persone socialmente accettabili mentre una cattiva reputazione le stigmatizza come 'outsider'.

La reputazione si costruisce in relazione agli 'altri' e all'interno di uno 'spazio' che, di norma, è rappresentato dalla comunità sociale di riferimento. In tale prospettiva, noi contribuiamo attivamente alla creazione della nostra reputazione attraverso la definizione della nostra identità nella società.

Analogamente, poiché sempre più frequentemente interagiamo attraverso il web 2.0 e i social network, nella rete scambiamo opinioni, creiamo relazioni e costruiamo la nostra immagine e la nostra identità digitale. Nella rete, gli altri sono rappresentati dalla cosiddetta 'community' presente online con cui ci interfacciamo e lo spazio è quello virtuale in cui instauriamo le relazioni. Anche nella rete, pertanto, in virtù delle relazioni che abbiamo con gli altri, si costruisce la nostra reputazione online – o *web reputation*.

Nel Libro Bianco *Media e minori 2.0* pubblicato dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) nel 2018, la reputazione che costruiamo nel web viene definita come l''Insieme di tutte le informazioni pubblicate online e riguardanti un determinato soggetto, persona fisica, azienda o istituzione. La reputazione digitale è la somma non solo dei contenuti postati dal soggetto interessato, ma anche di tutte le notizie, informazioni, contenuti ad esso riferibili, ma pubblicati da altri' (AGCOM, 2018, p. 156).

La nostra reputazione digitale è importante tanto quanto quella 'offline' per essere riconosciuti e accettati socialmente; per questo motivo anch'essa va tutelata.

2. Obiettivi e metodologia della ricerca

La tecnologia è onnipresente nella vita quotidiana delle persone, in particolare in quella delle nuove generazioni. Internet, social network e videogiochi sono ormai uno strumento di uso comune per le ragazze ed i ragazzi per il divertimento, lo studio e la gestione delle amicizie. In particolare i social media sono sempre più centrali per i giovani come veicolo di relazione e come luogo di costruzione della loro identità personale e pubblica.

Internet e le nuove tecnologie sono senz'altro utili nel supportare la vita quotidiana dei giovani ma comportano anche dei rischi: furti di identità o molestie sono solo alcune tra le esperienze più rischiose che possono verificarsi quando si è presenti in rete. La ricerca condotta all'interno del progetto europeo *EU Kids Online* su un campione di 25.000 giovani di età compresa tra i 9 e i 16 anni e residenti in 25 paesi europei, per esempio, ha evidenziato come i principali rischi online a cui sono sottoposti i giovani siano il cyberbullismo, la pornografia, lo spedire e/o ricevere messaggi sessuali (*sexting*) e il contattare e/o incontrare sconosciuti (Livingstone *et al.*, 2011a). Sempre più frequenti sono, inoltre, i casi di cronaca, anche dai risvolti drammatici, che vedono protagonisti giovani e adulti – in particolare donne – ingiuriati, diffamati e/o sottoposti ad atti di bullismo online.

Si rende quindi necessaria una riflessione approfondita sugli stili di comportamento online dei giovani, sui rischi da loro percepiti e vissuti in rete al fine di promuovere azioni di protezione e tutela che vedano protagonisti non solo i genitori ma anche, e soprattutto, le istituzioni del territorio.

Per conoscere più da vicino le esigenze in continuo mutamento degli adolescenti che utilizzano il web, sulla base delle quali definire e parametrare strumenti utili alla tutela della loro reputazione digitale, è stata realizzata la presente indagine statistica *Giovani in rete*. Il titolo della ricerca vuole evocare i rischi e le opportunità delle nuove tecnologie: fare rete rappresenta sicuramente un successo nello sport, nel lavoro e nella vita sociale ma 'essere presi' o 'restare impigliati' nelle maglie della rete significa 'essere in trappola'.

L'obiettivo specifico dell'indagine qui presentata è stato, pertanto, duplice:

1) Conoscere in modo più approfondito quale ruolo abbia internet nella vita e nelle relazioni degli intervistati raccogliendo informazioni di carattere quantitativo e qualitativo sulle modalità di utilizzo dei social media, sull'attenzione posta dagli adolescenti alla propria immagine, sull'incidenza delle esperienze negative capitate utilizzando la rete, sul grado di percezione

dei rischi che, utilizzandola, si possono incontrare e sulle risposte messe in atto dai giovani per tutelarsi;

2) Sensibilizzare i giovani rispetto al tema della *web reputation* – o reputazione digitale – e della gestione della propria immagine online.

Per raggiungere tali finalità sono stati intervistati, attraverso la compilazione online di un questionario, gli studenti e le studentesse del biennio delle Scuole Secondarie di Secondo Grado (SSSG) presenti sul territorio del Veneto.

La ricerca si è svolta in tre fasi. Durante la prima fase è stato definito il campione di istituti da coinvolgere nelle interviste e sono stati presi i contatti per l'avvio dell'indagine. A fronte di un numero complessivo di SSSG pari a 550 unità (443 statali[1] e 107 paritarie[2]) è stato identificato un campione totale di 56 scuole, comprendente almeno due scuole per tipologia (Licei, Istituti tecnici, Istituti professionali, Scuole paritarie) per provincia. Per ciascuna scuola si è ipotizzato il coinvolgimento delle sole classi del biennio, l'età più esposta ad esperienze negative nel web.

Una volta definito il campione, a gennaio 2018, l'Ufficio Scolastico Regionale del Veneto si è avvalso della collaborazione dei responsabili di ciascun Ufficio Scolastico Territoriale per individuare i docenti referenti per bullismo e il cyberbullismo di almeno 8 scuole per provincia, suddivise per tipologia (2 Istituti tecnici, 2 Licei, 2 Istituti professionali e 2 Istituti paritari). L'Ufficio Scolastico Regionale ha poi provveduto a contattare i Dirigenti scolastici e i Referenti per il bullismo e il cyberbullismo delle scuole selezionate per informarli dell'iniziativa e raccogliere le candidature per partecipare alla survey. Le scuole invitate hanno compilato un modulo di adesione, con cui sono state fornite informazioni in merito alle classi da coinvolgere (sezione, indirizzo di studio e numero di studenti) e hanno raccolto il consenso dei genitori per gli studenti minorenni.

Le SSSG che hanno aderito all'iniziativa sono state, in tutto, 47 per un totale di 2.133 studenti coinvolti (v. Tabella 1). L'elenco completo delle scuole è riportato nell'Allegato 1 del presente report.

[1] Cfr https://www.venetolavoro.it/aris/scuole/ANA/sub/index.asp?submitted=true (consultato il 12/10/2018).

[2] Cfr http://www.istruzioneveneto.it/wpusr/wp-content/uploads/2017/09/All.4-2016-17-MODIFICHE-Scuole-Paritarie-Sec-II-signed.pdf (consultato il 12/10/2018).

Tabella 1. Caratteristiche delle SSSG aderenti all'indagine

Scuole Secondarie di Secondo Grado		
Province	**N° Scuole**	**N° Studenti**
Belluno	7	265
Padova	10	377
Rovigo	1	199
Treviso	7	285
Venezia	5	292
Verona	8	314
Vicenza	9	401
Totale	**47**	**2.133**

Come si evince dai dati riportati nella Tabella 1, la partecipazione è stata molto elevata, ma con alcune differenze tra le province. In alcune ha aderito all'iniziativa un numero di scuole superiore a quello richiesto (si tratta dei casi di Padova e Vicenza); in altre ha aderito un numero di scuole leggermente inferiore (Belluno e Treviso); in altre, ancora, ha partecipato un numero decisamente inferiore a quello richiesto (Venezia e Rovigo). I 2.133 partecipanti sono equamente suddivisi tra ragazzi e ragazze. Alle scuole è stata data l'indicazione di coinvolgere prioritariamente le classi del biennio e, di conseguenza, nella maggior parte dei casi l'età dei partecipanti è compresa tra i 14 e i 15 anni (v. Tabella 2). Per ciascuna provincia sono state raccolte le risposte di un numero di studenti compreso tra le 199 e le 401 unità. Questo vale anche per la provincia di Rovigo, in cui ha partecipato un'unica SSSG ma, fortunatamente, con un numero di classi decisamente superiore a quello richiesto.

Tabella 2. Caratteristiche degli studenti partecipanti all'indagine

Scuole Secondarie di Secondo Grado		**n**	**%**
Genere	Femmina	1060	49,7%
	Maschio	1050	49,2%
	n.r.	23	1,1%
	Totale	**2133**	**100,0%**
Età	14 anni	703	33,0%
	15 anni	955	44,8%
	16-18 anni	403	18,9%
	n.r.	72	3,4%
	Totale	**2133**	**100,0%**
Provincia	Belluno	265	12%
	Padova	377	18%
	Rovigo	199	9%
	Treviso	285	13%
	Venezia	292	14%
	Vicenza	401	19%
	Verona	314	15%
	Totale	**2133**	**100%**
Indirizzo di studi	Liceo	745	34,9%
	Istituto Professionale	333	15,6%
	Istituto Tecnico	1055	49,5%
	Totale	**2133**	**100,0%**
Tipo di scuola	Scuola pubblica	1849	86,7%
	Scuola privata	284	13,3%
	Totale	**2133**	**100,0%**

Le interviste si sono svolte nei mesi di febbraio e marzo 2018, durante l'orario scolastico, nelle aule informatiche di ciascun plesso. I professori che hanno accompagnato gli studenti hanno spiegato loro le finalità della ricerca, li hanno motivati alla compilazione e hanno raccolto, al termine dell'intervista, le prime impressioni e riflessioni 'a caldo' sull'indagine appena svolta.
Si segnala che tre Scuole Secondarie di Primo Grado (SSPG), venute a conoscenza della survey, hanno chiesto di prendervi parte e la loro candidatura, pur non rientrando nel campione inizialmente individuato, è stata accolta positivamente (v. Tabella 3).

Tabella 3. Caratteristiche delle SSPG aderenti all'indagine

Scuole Secondarie di Primo Grado		
Province	**N° Scuole**	**N° Studenti**
Rovigo	3	235

Al termine dell'indagine si è deciso di chiedere al personale docente quali ritenessero essere le esigenze di formazione di studenti e docenti in materia di reputazione

online. Nel mese di giugno 2018 sono stati, pertanto, contattati i docenti referenti per l'indagine *Giovani in rete* delle 50 scuole coinvolte ed è stato chiesto loro di rispondere ad un breve questionario. Alla survey hanno aderito 35 insegnanti la cui provenienza e le cui caratteristiche sono indicate nella Tabella 4.

Tabella 4. Caratteristiche dei docenti partecipanti all'indagine

Genere	Maschio	13
	Femmina	18
	n.r.	4
	Totale	**35**
Classe d'età	25-29 anni	2
	30-39 anni	4
	40-49 anni	9
	50-59 anni	8
	60-65 anni	6
	n.r.	6
	Totale	**35**
Provincia della Scuola di afferenza	Belluno	5
	Padova	4
	Rovigo	4
	Treviso	3
	Venezia	8
	Vicenza	4
	Verona	3
	n.r.	4
	Totale	**35**

3. I risultati della survey nelle Scuole Secondarie di Secondo Grado

Per chiarezza espositiva i risultati delle analisi condotte sui dati forniti dagli studenti delle SSSG sono stati suddivisi in sei aree tematiche: 1) l'utilizzo dei social network, 2) i rischi della rete, 3) la tutela della privacy, 4) la reputazione digitale, 5) la gestione del rischio, 6) la domanda di formazione. Per quanto riguarda quest'ultimo aspetto, le indicazioni fornite dagli studenti sono state confrontate e arricchite con le informazioni fornite dai loro professori.

Come è stato detto precedentemente, hanno partecipato all'indagine 2.133 studenti di 47 scuole secondarie del Veneto distribuite in tutte le province. Il numero di questionari raccolti è tale da permettere di fare confronti tra le diverse tipologie di rispondenti e, pertanto, oltre a descrivere le informazioni rilevate, in fase di analisi dei dati si è tentato di identificare quelle variabili, o caratteristiche dei rispondenti, che concorrono maggiormente a dare forma alla varietà di atteggiamenti e

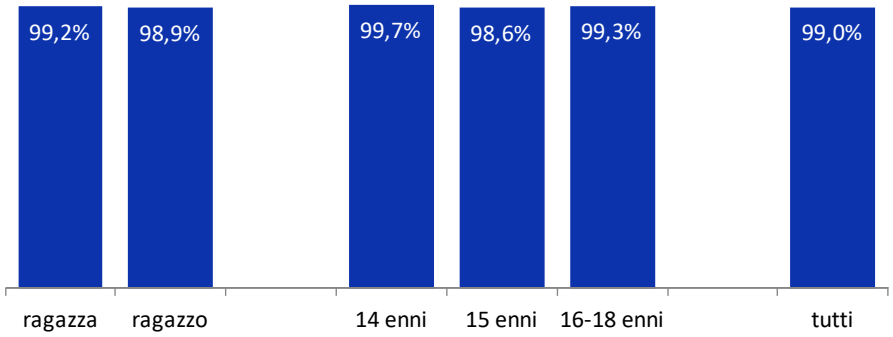
comportamenti osservati. Nell'esposizione dei risultati i dati sono spesso disaggregati per genere, età e indirizzo di studi, perché queste sono le variabili che si sono rivelate più significative nello spiegare l'esperienza online dei giovani intervistati.
Si sottolinea che in tutte le Tabelle e nei Grafici riportati viene indicato il numero totale di rispondenti al quale si riferiscono le analisi condotte. Esso può essere inferiore al numero complessivo di rispondenti a causa della presenza di 'non risposte' e di domande 'filtro' cioè di domande rivolte solo a coloro che hanno risposto in un certo modo ad una determinata domanda.

3.1 L'uso dei social network

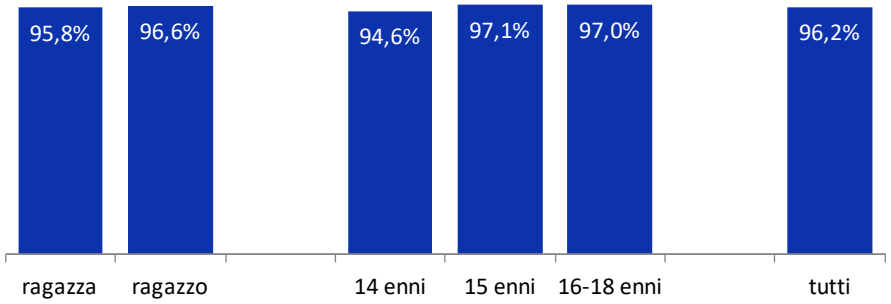
Per quanto riguarda la prima area tematica, si rileva come l'uso dei social media e dei servizi di messaggistica istantanea sia particolarmente diffuso tra i giovani: su 2.133 studenti intervistati, infatti, il 99% risponde di utilizzare WhatsApp e il 96,2% di avere un profilo su un social network (v. Grafico 1). Rispetto a questo comportamento non si rilevano differenze né di genere, né di età, né relative alla provincia di residenza, né relative al tipo di scuola frequentata. Come ci si attendeva, ormai tutti gli studenti sono presenti sui social network.
Questo dato è particolarmente interessante se confrontato con quello nazionale. Secondo gli ultimi dati rilevati dal progetto *EU Kids Online*, infatti, nel 2017 in Italia era presente sui social network l'85% delle ragazze e dei ragazzi di età compresa tra i 15 e 17 anni (Mascheroni e Ólafsson, 2018).

Grafico 1. La presenza in rete degli intervistati

Utilizzi WhatsApp? (n=2.133)



Hai un profilo su un social network? (n=2.133)



Dall'analisi del Grafico 2 emerge come il social network più utilizzato dai rispondenti sia Instagram (85,7%), seguito a grande distanza da YouTube (8,6%), mentre Facebook rappresenta la piattaforma più utilizzata solo dal 2,4% dei rispondenti.

Grafico 2. Le piattaforme più utilizzate per genere, età e indirizzo di studi

Su quale social network hai il profilo/account che utilizzi più spesso? (n=2.019)

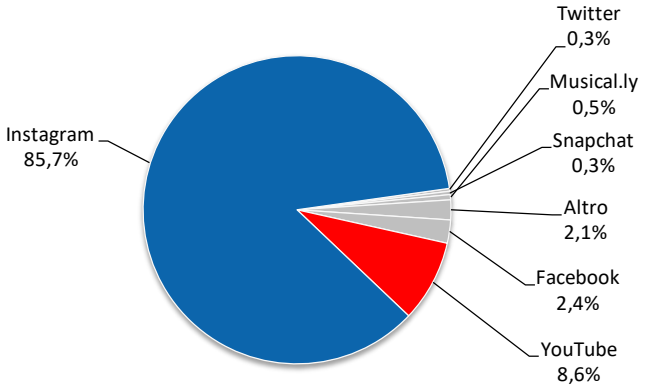
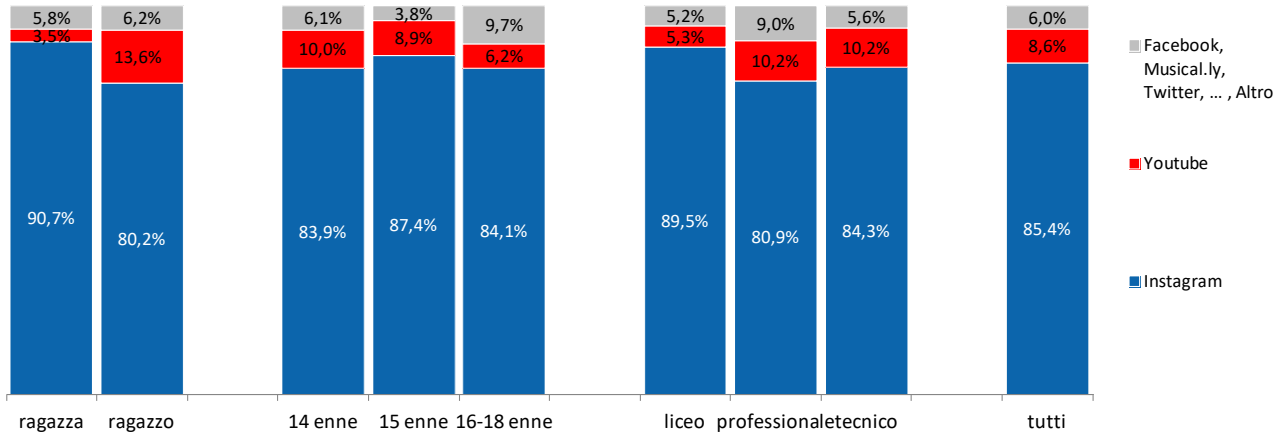


Grafico 2. Le piattaforme più utilizzate per genere, età e indirizzo di studi (segue)

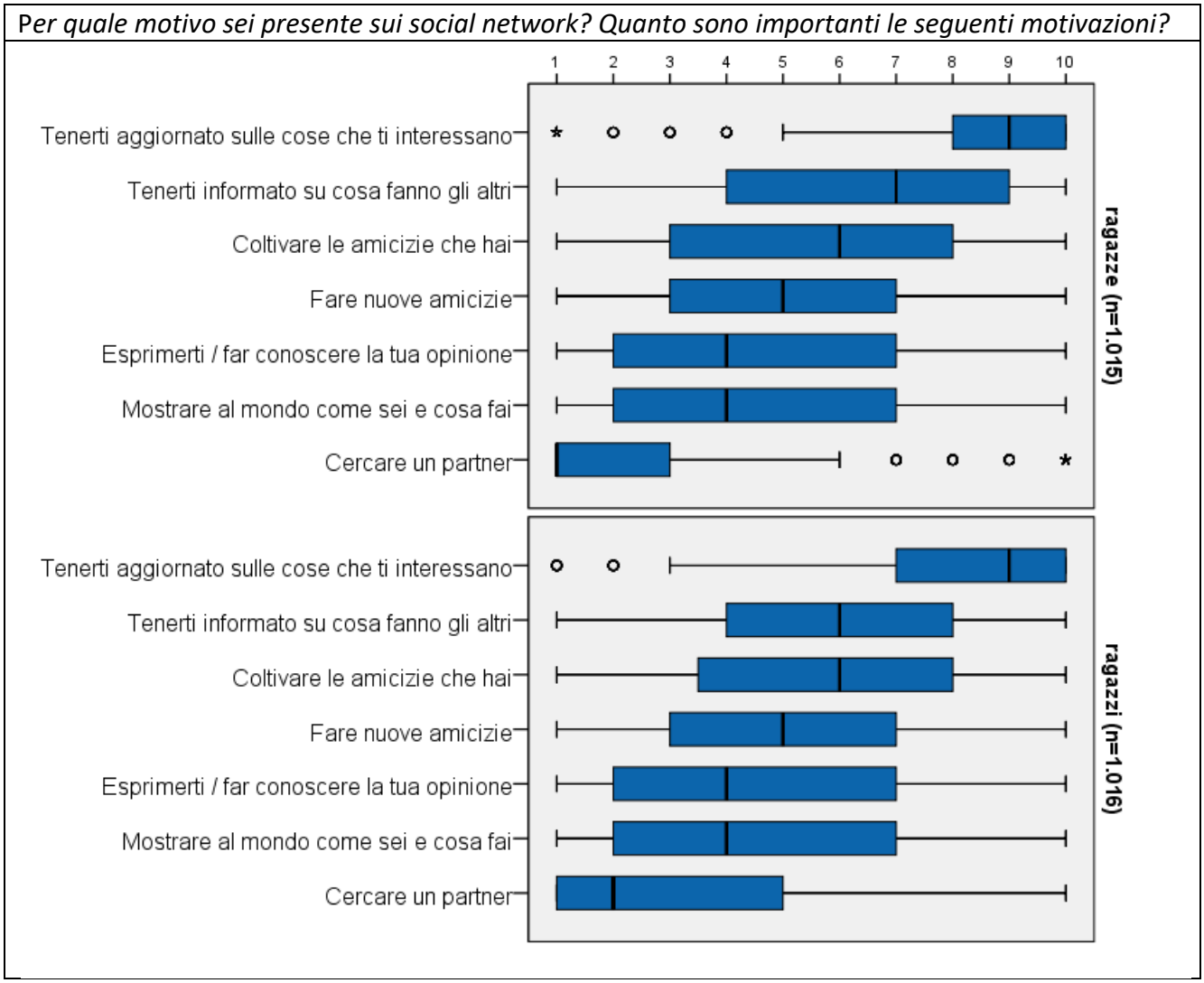
Su quale social network hai il profilo/account che utilizzi più spesso? (n=2.019)



Nell'orientare la scelta della piattaforma social da utilizzare si rilevano importanti differenze in termini di genere, età e tipo di scuola frequentata. YouTube risulta essere più utilizzato dagli studenti di genere maschile, dai più giovani e da coloro che hanno scelto un percorso tecnico o professionale. Instagram risulta più utilizzato dalle ragazze e dagli studenti del Liceo. Queste differenze appaiono particolarmente interessanti se si tiene conto del fatto che gli adolescenti attribuiscono significati e funzioni diverse a Instagram e YouTube: il primo è percepito come veicolo per appartenere ad una community, mentre il secondo viene utilizzato principalmente per creare playlist dei video preferiti o seguire YouTuber (Mascheroni and Ólafsson, 2014).

Moltissime sono le motivazioni che spingono le persone ad utilizzare i servizi di social network e la survey ha cercato di indagare anche le cause che spingono i giovani intervistati ad essere presenti su essi (v. Grafico 3). Tali motivazioni possono sono ritenute fondamentali o irrilevanti in modo diverso da ciascun intervistato ma, pur riconoscendo questa elevata variabilità, è possibile individuare alcune tendenze di carattere generale.

Grafico 3. Le motivazioni alla base dell'utilizzo dei social network



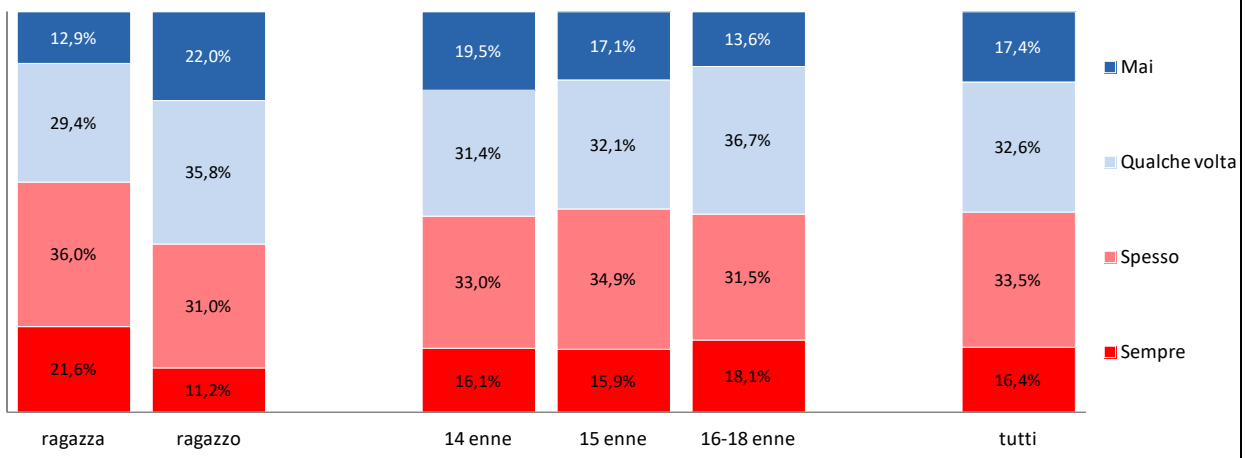
Le motivazioni ritenute più importanti dalla maggior parte dei rispondenti, valutate su una scala da 1 a 10 (dove 1 corrisponde a *Per niente importante* e 10 a *Molto importantante*), sono: 'tenermi aggiornato sulle cose che mi interessano' (a cui il 75% delle ragazze assegna un grado di importanza pari o superiore a 8 e il 75% dei ragazzi un grado di importanza pari o superiore a 7); 'tenermi aggiornato su cosa fanno gli altri' (a cui il 50% delle ragazze assegna un grado di importanza pari o superiore a 7 e il 50% dei ragazzi pari o superiore a 6), 'coltivare le amicizie che ho' (a cui il 50% dei ragazzi e il 50% delle ragazze assegna livelli di importanza almeno pari a 6). Si sottolinea come per le motivazioni 'tenermi aggiornato su cosa fanno gli altri' e 'cercare un partner' si rilevino delle differenze di genere. Conoscere cosa avviene nella vita degli altri esercita, infatti, una forte attrazione in modo particolare per le ragazze, mentre cercare un partner attraverso la rete risulta poco importante per tutti ma è un po' più rilevante per i ragazzi.

La rete può, inoltre, essere utilizzata per raccogliere informazioni sulle persone e per formarsi un'opinione su di loro, prima di conoscerle. Come si evince dai dati riportati nel Grafico 4, questa pratica risulta piuttosto diffusa tra gli intervistati quando intendono ottenere informazioni sui propri pari mentre viene raramente utilizzata per cercare informazioni sugli adulti.

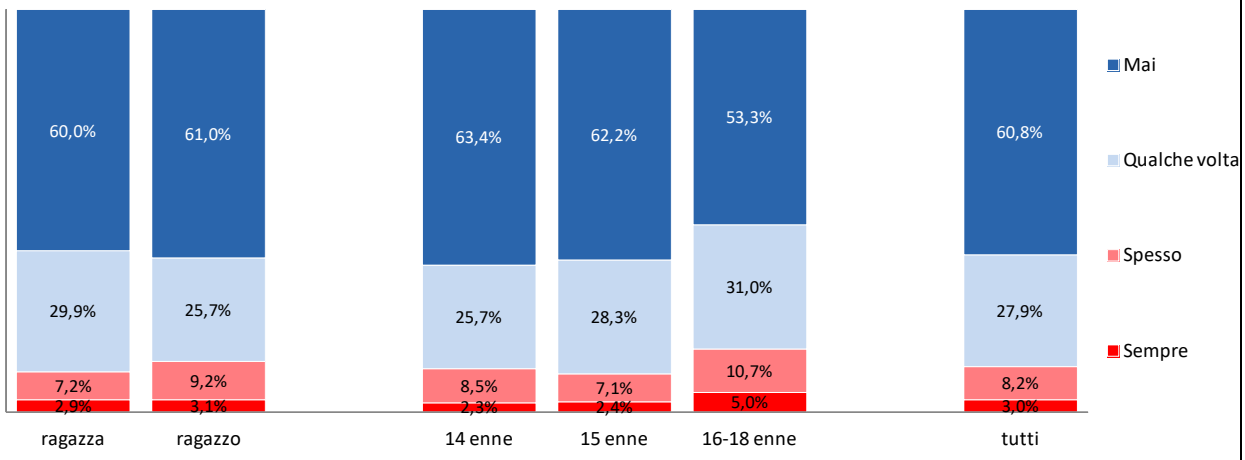
Grafico 4. Utilizzo del web per farsi un'opinione sulle persone prima di conoscerle

Quando spesso hai utilizzato internet per farti un'opinione su:

… ragazzi e ragazze della tua età (futuri compagni di scuola, amici di amici, ecc.), prima di conoscerli direttamente?



… persone adulte (insegnanti, istruttori, ecc.) prima di conoscerli direttamente?



Se si tratta di farsi un'opinione sui propri coetanei prima di conoscerli, infatti, l'82,6% dei rispondenti dichiara di aver utilizzato il web almeno qualche volta e il 16% di farlo sempre. Rispetto a questo comportamento si rilevano spiccate differenze di genere: si tratta, infatti, di una pratica decisamente più diffusa tra le ragazze rispetto ai ragazzi.

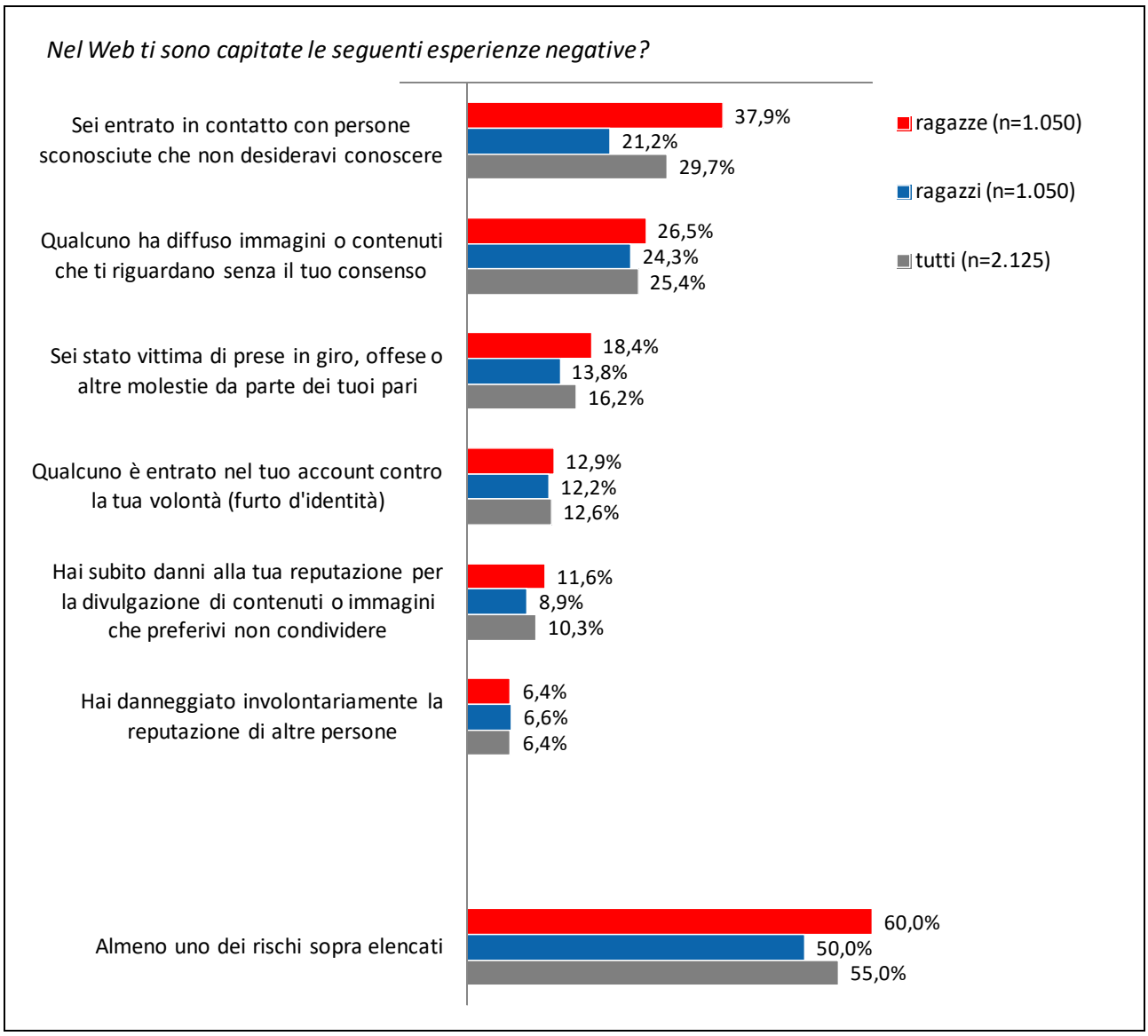
3.2 I rischi della rete

La presenza in rete può essere accompagnata da esperienze negative (D'Antona *et al.*, 2010). Fra coloro che hanno partecipato all'indagine, circa un rispondente su due ha avuto modo di sperimentare direttamente almeno uno dei seguenti rischi in rete: avere contatti non desiderati, perdere il controllo di immagini e contenuti personali, essere vittima di prese in giro o di altre molestie da parte di pari, subire un furto d'identità, subire danni alla propria reputazione digitale e/o danneggiare involontariamente l'immagine di altre persone. Si tratta di rischi strettamente connessi tra loro: per esempio le pratiche di cyberbulling o i furti di identità si traducono, di fatto, in danni all'immagine pubblica e alla reputazione (digitale e non) delle vittime.

Da segnalare, in particolare, che il 25% degli intervistati (pari a 539 unità) ha visto diffondere immagini o contenuti che li riguardavano senza aver dato il consenso a farlo. Altri dati da segnalare riguardano l'essere stati vittima di cyberbullismo, che ha interessato il 16% degli intervistati (345 unità), e l'aver subito danni alla propria reputazione, esperienza negativa subita dal 10% degli studenti (219 unità).

La probabilità di avere esperienze negative in rete non sembra, inoltre, essere uguale per tutti: le ragazze risultano essere più esposte ai rischi online rispetto ai ragazzi. Il 60% delle intervistate ha avuto, infatti, almeno un'esperienza negativa tra quelle elencate contro il 50% dei maschi. Più specificamente: la differenza più rilevante riguarda i contatti indesiderati, che sono stati sperimentati personalmente dal 38% delle ragazze contro il 21% degli studenti di genere maschile. Segue la diffusione non autorizzata di immagini o contenuti, che ha interessato il 27% delle ragazze e il 24% dei ragazzi. Ma anche l'essere stati vittima di offese o il danneggiamento della propria reputazione riguarda in misura maggiore le ragazze rispetto ai ragazzi (il 18% contro il 14% nel primo caso e il 12% contro il 9%, nel secondo caso).

Grafico 5. Le esperienze negative in rete



I dati sopra riportati appaiono ancora più interessanti se incrociati con la percezione che dei rischi derivanti dall'essere sul web hanno gli intervistati. La Tabella 5 riporta le risposte date alla domanda 'Quali dei rischi precedenti temi maggiormente?'.
Pur rilevando giudizi eterogenei in entrambi i gruppi, la 'classifica' dei rischi più temuti dai maschi non risulta del tutto sovrapponibile a quella dei rischi più temuti dalle femmine. Le maggiori differenze riguardano l''essere vittima di prese in giro, offese e altre molestie da parte dei pari' che è temuto dal 25% delle ragazze contro il 14% dei ragazzi e il 'danneggiare involontariamente la reputazione di altre persone', che è temuto maggiormente dai ragazzi (9%) e meno dalle ragazze (3%).
I ragazzi temono di più 'l'essere vittima di furto di identità' rispetto alle ragazze (20% contro 16%) e le ragazze tendono a temere più dei ragazzi il vedere lesa la loro reputazione (17% contro l'11%).

Tabella 5. I rischi più temuti quando si è presenti in rete

Ragazze	**%**	***Ragazzi***	**%**
Essere vittima di prese in giro, offese o altre molestie da parte dei tuoi pari	24,9%	Essere vittima di un furto di identità	19,0%
Subire lesioni alla reputazione per la diffusione di contenuti o immagini che preferivi non condividere	16,9%	Essere vittima di prese in giro, offese o altre molestie da parte dei tuoi pari	13,7%
Essere vittima di un furto di identità	15,5%	Perdere amicizie o altri legami per incomprensioni dovute a messaggi mal interpretati	13,2%
Diffusione di immagini o contenuti senza il tuo consenso	13,3%	Diffusione di immagini o contenuti senza il tuo consenso	12,2%
Perdere amicizie o altri legami per incomprensioni dovute a messaggi mal interpretati	10,3%	Subire lesioni alla reputazione per la diffusione di contenuti o immagini che preferivi non condividere	10,7%
Entrare in contatto con persone sconosciute che non desideravi conoscere	9,6%	Essere 'spiato' dai tuoi genitori	8,8%
Essere 'spiata' dai tuoi genitori	3,9%	Danneggiare involontariamente la reputazione di altre persone	8,7%
Danneggiare involontariamente la reputazione di altre persone	3,3%	Entrare in contatto con persone sconosciute che non desideravi conoscere	7,5%
Essere 'spiata' dai tuoi insegnanti	0,8%	Essere 'spiato' dai tuoi insegnanti	1,9%
n	1.029	n	1.002

Da evidenziare come le esperienze negative subite sembrino non influenzare la percezione di rischi da parte dei rispondenti. Ad esempio l'esperienza dell'entrare 'in contatto con persone sconosciute che non desideravi conoscere', vissuta personalmente dal 38% delle ragazze e dal 21% dei ragazzi (v. Grafico 5), non è percepita come un rischio da temere e, infatti, si colloca agli ultimi posti di entrambe le classifiche.

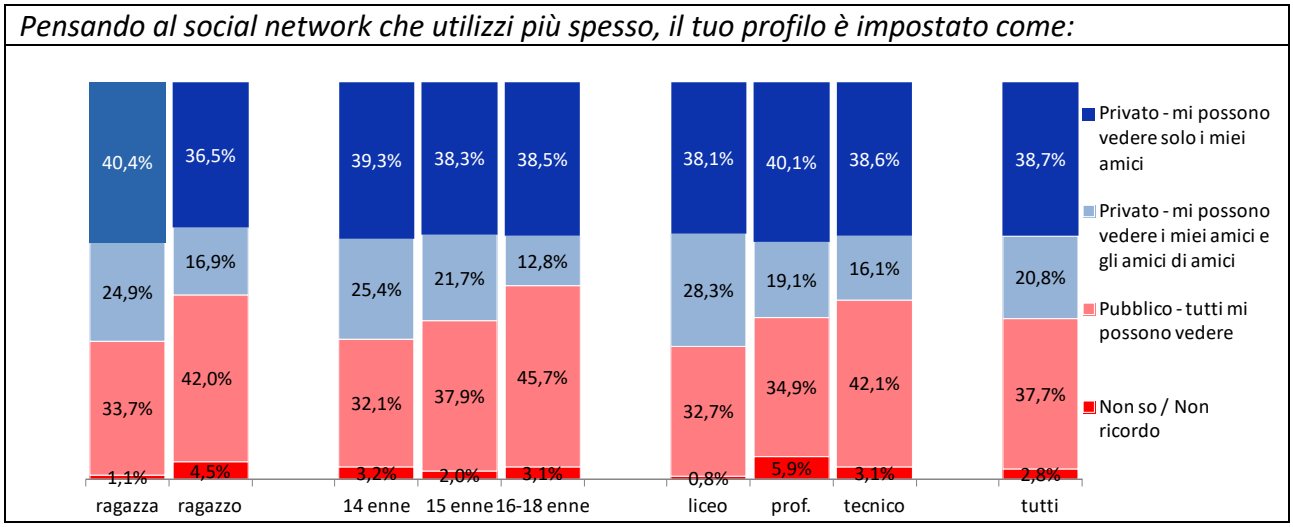
3.3 La tutela della privacy

La scelta di impostare il proprio profilo individuale su un social network come 'pubblico', rendendolo, cioè visibile a tutti gli altri utenti, oppure come 'privato', cioè rendendolo visibile ai soli 'amici', ha delle implicazioni importanti per quanto riguarda la tutela della propria privacy (Livingstone *et al*., 2011b).

Come riportato nel Grafico 6, poco più di un terzo degli intervistati ha un profilo privato (39%), un altro 21% ha un profilo 'semi-privato' (cioè visibile anche agli amici degli amici) e il 38% ha un profilo pubblico. Minore, ma non del tutto trascurabile, risulta, invece, la percentuale di chi dichiara di non sapere o di non ricordarsi come ha impostato il profilo (pari a circa il 3% degli intervistati).

In questo comportamento genere, età e anche l'indirizzo di studio sembrano rappresentare un elemento di differenziazione: la percentuale di chi ha un profilo pubblico o di chi non ne ricorda le modalità di impostazione è maggiore fra gli studenti di sesso maschile, di età più elevata e che frequentano Istituti tecnici o professionali. Più propensi all'impostazione di restrizioni nell'accesso appaiono, invece, gli studenti più giovani, le ragazze e i frequentanti un Liceo.

Grafico 6. Le impostazioni dei profili personali (n=2.056)



La Tabella 6 riporta il tipo di informazioni condivise sui profili di social network. La maggioranza degli intervistati ha dichiarato di aver inserito una foto che mostra chiaramente il volto (89%) e il nome e il cognome (89%). Più della metà rende nota anche la scuola frequentata (60%) e l'età (58%). Gli intervistati sembrano più riservati e prudenti rispetto alla condivisione di altre informazioni, come ad esempio lo 'status sentimentale' (solo il 14% include questa informazione nel proprio profilo), il numero di telefono cellulare (inserito dal 15%) e l'indirizzo di casa (riportato solo dal 2%).

Tabella 6. Informazioni presenti nel profilo personale

	Si, su almeno uno	No, su nessuno	Non so	n
Foto con la tua immagine	89%	10%	1%	2056
Nome e cognome	89%	9%	2%	2056
Scuola frequentata	60%	36%	4%	2054
Età	58%	36%	6%	2052
Numero di cellulare	14%	82%	5%	2051
Legame sentimentale	15%	78%	7%	2051
Indirizzo di casa	2%	95%	3%	2051

Un altro aspetto interessante riguarda l'utilizzo degli strumenti resi disponibili dai servizi e dai social network per proteggere la propria privacy. Come si evince dalla Tabella 7 poco meno della metà degli intervistati ha cambiato le proprie password di accesso o ha configurato le impostazioni relative alla privacy. Per quanto riguarda quest'ultimo dato, elevata è la percentuale di intervistati che non ricordano di averlo fatto (pari al 21,2%).

Rispetto a questi comportamenti non si rilevano differenze di età né per tipo di scuola. Sembra esserci qualche differenza per genere ma non facile da interpretare: alcuni comportamenti risultano un po' più diffusi tra i ragazzi (settare con cura le impostazioni di privacy e cambiare la password dei servizi e-mail); altri un po' più diffusi tra le ragazze (cambiare password dei servizi di social network).

Tabella 7. Operazioni per la tutela della privacy effettuate negli ultimi 12 mesi

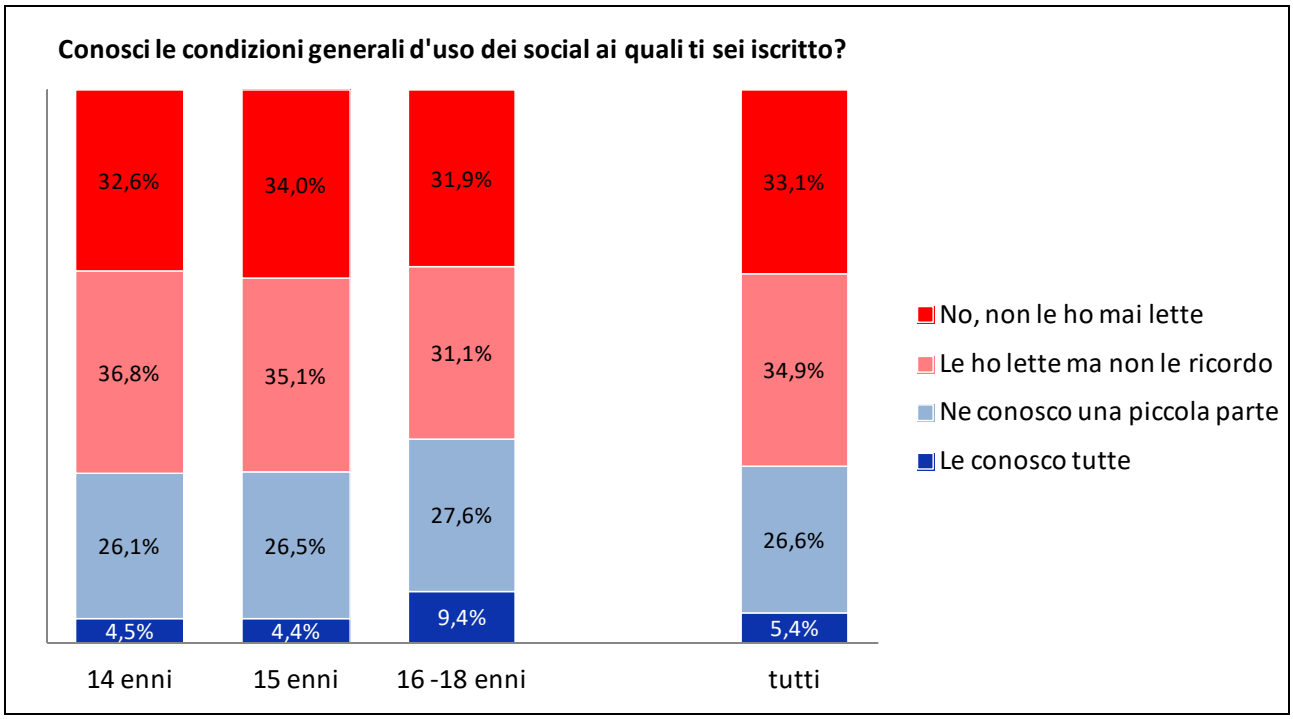
		Ragazza	Ragazzo	Tutti
Negli ultimi 12 mesi hai svolto le seguenti operazioni?				
Hai cambiato la password di accesso ai servizi e-mail	Si	34,9%	46,2%	40,5%
	No	57,6%	49,6%	53,6%
	Non so	7,6%	4,2%	5,9%
	n	1018	1016	2034
Hai cambiato la password di accesso ai social network	Si	47,9%	46,5%	47,2%
	No	48,4%	51,2%	49,8%
	Non so	3,6%	2,4%	3,0%
	n	1018	1016	2034
Hai settato con cura le impostazioni di privacy	Si	41,6%	51,3%	46,4%
	No	33,8%	30,8%	32,3%
	Non so	24,6%	17,9%	21,2%
	n	1017	1016	2033

In numerose guide per la navigazione sicura disponibili sui siti delle scuole e delle istituzioni, tra cui il Vademecum pubblicato dal Garante nel 2014 *Social Privacy. Come tutelarsi nell'era dei social network*, si raccomanda di leggere le condizioni generali d'uso o le regole di comportamento (o policy) che caratterizzano il servizio di social

network a cui si vuole accedere[3]. Le condizioni d'uso determinano i diritti e gli obblighi legali dell'utente. Qualora l'utente non accetti tutte le condizioni d'uso, non potrà accedere al servizio né utilizzarlo. Tali regole includono le norme per il trattamento dei dati personali, il limite di età per l'accesso, le informazioni di base relative alla privacy, il divieto alla pubblicazione di contenuti pornografici, violenti, discriminatori, illegali, illeciti o con messaggi di odio. In tutti i codici di comportamento viene ribadito che l'utente è responsabile di ogni attività che avviene all'interno del proprio account e accetta di non vendere, trasferire o assegnare a terzi le proprie credenziali di accesso.

Secondo i dati raccolti e riportati nel Grafico 7, solo il 5,4% degli intervistati dichiara di aver letto e di ricordare tutte regole previste dai social network che utilizza; il 27% ne conosce solo alcune mentre la maggioranza, il 68%, dichiara di non averle mai lette o di averle lette ma di non ricordarle.

Grafico 7. Grado di conoscenza delle regole dei social network (n=2.056)



Rispetto al grado di conoscenza delle regole d'uso dei social network, non si osservano differenze in termini di genere e nemmeno in relazione al tipo di scuola frequentata. Solo l'età sembra rappresentare un elemento di differenziazione: fra gli studenti della

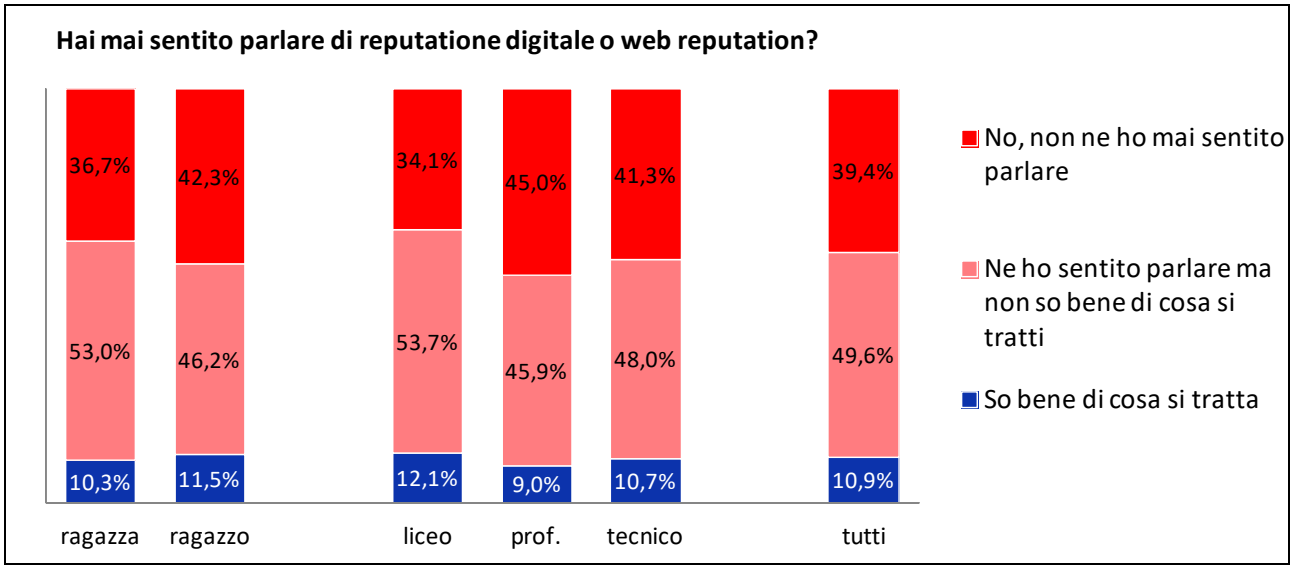
[3] Nel Vademecum sono elencati 10 consigli per non avere esperienze negative nella rete. Al sesto si legge 'Occhio ai cavilli – Leggi bene il contratto e le condizioni d'uso che accetti quando ti iscrivi ad un social network. Controlla anche le frequenti modifiche che vengono introdotte unilateralmente dal fornitore del servizio (…)' (2014, p.26).

fascia d'età 16-18 anni il gruppo di quelli che ricordano qualche regola o condizione d'uso è un po' più numeroso di quello degli studenti più giovani.

3.4 La reputazione digitale

Secondo quanto emerge dalle risposte degli intervistati, il tema della *web reputation* non appare particolarmente conosciuto. Il 39,4% dice di non averne mai sentito parlare e solo il 10,9% dichiara di avere un'idea precisa di cosa significhi questo termine (v. Grafico 8). Sul grado di conoscenza si osservano differenze di genere e per tipo di scuola: tale concetto appare un po' più conosciuto fra le ragazze e tra chi frequenta il Liceo. Va comunque segnalato che, in sede di compilazione del questionario, non è stato possibile verificare tra gli intervistati se la conoscenza dichiarata del concetto di reputazione digitale corrispondesse a una conoscenza reale e corretta della materia.

Grafico 8. Grado di conoscenza del termine '*web reputation*' (n=2.133)



Anche se non hanno piena consapevolezza di cosa sia la reputazione digitale e di come essa vada tutelata molti intervistati dimostrano di saper gestire le proprie relazioni sul web e di prestare attenzione agli effetti che potrebbero derivare da ciò che pubblicano. Come si evince dalla Tabella 8, ad esempio, il 75% delle ragazze e il 59% dei ragazzi ha bloccato persone con cui non voleva avere contatti, mentre il 75% delle ragazze e il 65% dei ragazzi ha cancellato o modificato cose che aveva pubblicato in passato. Meno diffuse ma certamente non trascurabili sono le azioni di richiesta di rimozione di contenuti dal web che possono essere rivolte ai propri contatti o direttamente ai siti o servizi internet nei quali sono pubblicati: il 23% delle ragazze e il 16% dei ragazzi ha effettuato la richiesta ai propri contatti di rimuovere contenuti

con desiderava condividere e il 14% delle ragazze il 10% dei ragazzi ha inoltrato tale richiesta anche a siti o servizi internet. Per quanto riguarda la gestione della reputazione attraverso l'adozione di misure preventive, vale la pena notare che il 65% delle ragazze e il 55% dei ragazzi intervistati hanno deciso, in alcune occasioni negli ultimi 12 mesi, di non pubblicare qualcosa per paura che potesse danneggiare la loro immagine.

Per tutte le pratiche analizzate, il genere rappresenta un importante elemento di differenziazione poiché le ragazze appaiono molto più inclini dei ragazzi a gestire e tutelare la loro reputazione digitale.

Tabella 8. Le azioni attuate per gestire la propria immagine online

		Ragazza	**Ragazzo**	**Tutti**
Negli ultimi 12 mesi hai effettuato una delle seguenti operazioni?				
Hai bloccato persone con cui non volevi contatti	No, perché non ne ho avuto bisogno	24,4%	39,1%	31,7%
	No, perché non so come si fa	0,7%	1,5%	1,1%
	Si	75,0%	59,3%	67,2%
	n	1043	1035	2078
Hai chiesto a siti o servizi internet la rimozione di contenuti o immagini che non desideravi condividere	No, perché non ne ho avuto bisogno	78,7%	85,5%	82,1%
	No, perché non so come si fa	7,0%	4,3%	5,6%
	Si	14,3%	10,2%	12,3%
	n	1044	1035	2079
Hai chiesto ai tuoi contatti la rimozione di contenuti o immagini che non desideravi condividere	No, perché non ne ho avuto bisogno	74,7%	81,2%	77,9%
	No, perché non so come si fa	2,0%	2,4%	2,2%
	Si	23,3%	16,4%	19,9%
	n	1044	1035	2079
Hai cancellato o modificato cose che avevi pubblicato in passato	No, perché non ne ho avuto bisogno	24,6%	31,8%	28,2%
	No, perché non so come si fa	1,1%	2,8%	1,9%
	Si	74,3%	65,4%	69,9%
	n	1044	1035	2079
Negli ultimi 12 mesi, quanto frequentemente ti è capitato di decidere di NON pubblicare qualcosa per evitare di:				
Danneggiare te stesso	Mai	34,8%	45,5%	40,1%
	Qualche volta	41,7%	37,0%	39,3%
	Spesso	23,6%	17,5%	20,5%
	n	1044	1035	2079

Sul web esistono alcuni strumenti che permettono di rintracciare le informazioni legate al proprio nome. Uno di questi è *Io sul web* di Google[4], servizio dedicato alla gestione della reputazione online. Un altro servizio offerto da Google è *Google Alert*[5],

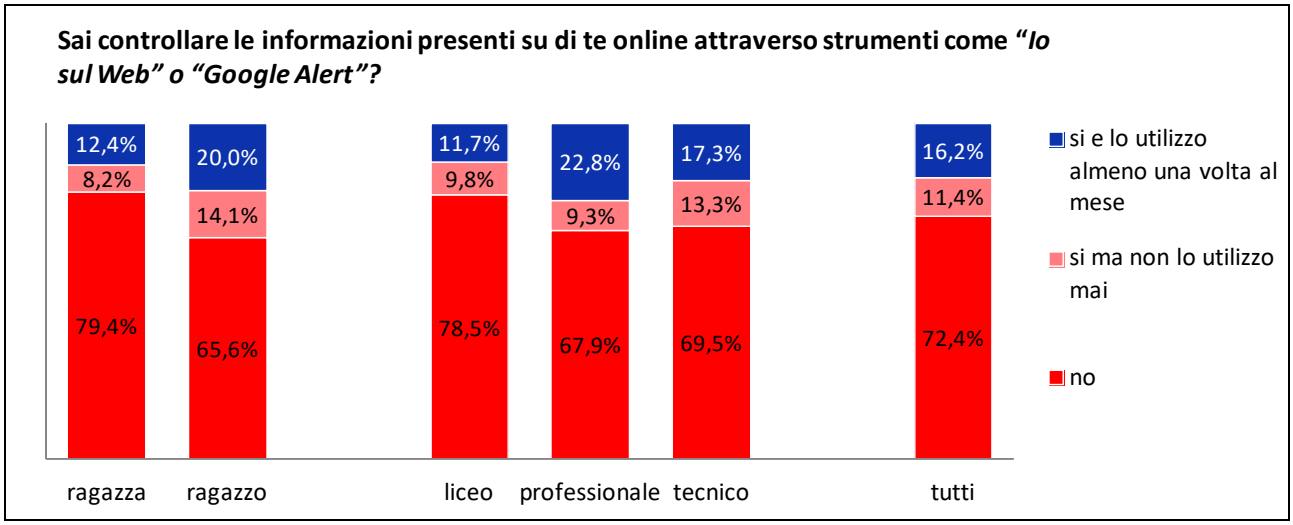
[4]Si veda https://support.google.com/accounts/topic/3187052?hl=it&ref_topic=2864354

[5] Si veda https://www.google.com/alerts#_ga=2.50631273.1330105795.1538120893-253168535.1535729142

un sistema di controllo che invia un avviso tramite e-mail ogni volta che l'algoritmo del motore di ricerca indicizza una pagina con il nostro nome.

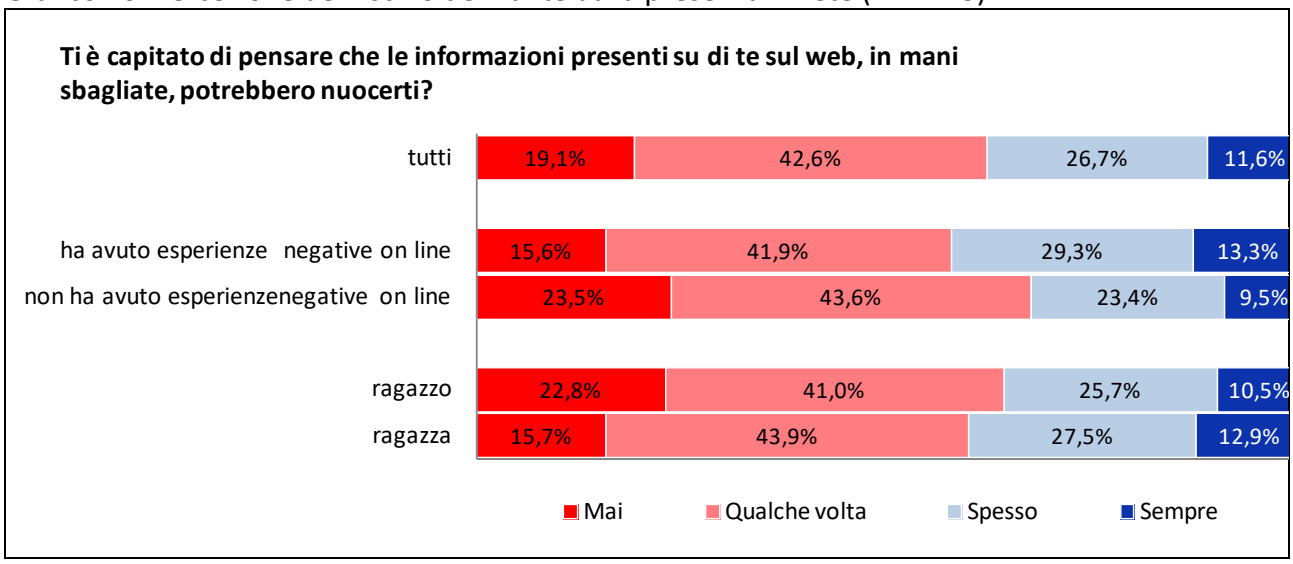
A questo proposito è interessante notare come i due strumenti sopra citati non siano molto noti fra gli studenti intervistati (v. Grafico 9): la maggioranza di loro (72,4%) dichiara, infatti, di non conoscerli mentre solo un piccolo gruppo li utilizza (16,2%). Anche in questo ambito si osservano differenze di genere e per tipo di scuola. Diversamente da quanto accade per i comportamenti precedenti, però, in questo caso sono gli studenti di genere maschile ad essere più attivi e, tra loro, quelli che stanno frequentando un percorso di studi professionale.

Grafico 9. Conoscenza e utilizzo degli strumenti di controllo (n=2.133)



Per quanto riguarda il livello di percezione dei possibili rischi che possono derivare dall'essere presenti in rete, solo il 38,3% degli intervistati dichiara di pensare sempre o spesso agli effetti nocivi derivanti dall'uso improprio che potrebbero fare terzi delle informazioni che li riguardano. Il 61,7% non ci pensa mai o solo qualche volta (v. Grafico 10).

Grafico 10. Percezione del rischio derivante dalla presenza in rete (n=2.123)



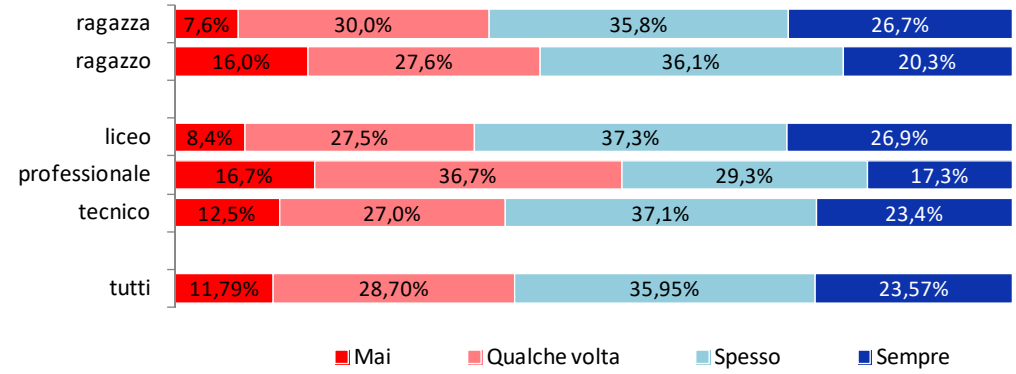
Il livello di percezione del rischio risulta più elevato tra le studentesse. Sono, infatti, il 40,4% delle ragazze contro il 36,2% dei ragazzi a rispondere 'sempre' o 'spesso' alla domanda 'ti è capitato di pensare che le informazioni presenti su di te on line, in mani sbagliate, potrebbero nuocerti?'. Inoltre il livello di percezione del rischio risulta significativamente più elevato fra coloro che hanno già avuto esperienze negative online (v. Grafico 5). Infatti, tra questi ultimi, la percentuale di chi pensa 'sempre' o 'spesso' che le informazioni presenti su di loro on line potrebbero nuocergli è pari al 42,6% mentre fra coloro che non hanno avuto esperienze negative in rete la percentuale è del 32,9%. I giovani che hanno avuto brutte esperienze sembrano, quindi, più consapevoli dei rischi legati alla divulgazione di informazioni sul web di chi non ha avuto tali esperienze.

Un aspetto interessante riguarda, infine, la percezione che gli intervistati hanno dei probabili effetti che le comunicazioni mediante social network potrebbero avere sulle persone che li circondano (v. Grafico 11). Il 62,5% delle ragazze e il 56,4% dei ragazzi, quando interagiscono in rete, pensano prevalentemente alle reazioni provocate nei loro coetanei ed è del loro giudizio che si preoccupano. Il mondo degli adulti è, invece, percepito come distante: nel pubblicare pensieri e informazioni in rete, infatti, il 52% degli intervistati dichiara di non pensare mai alla reazione dei propri genitori e l'85,1% di non pensare mai alla reazione dei propri insegnanti.

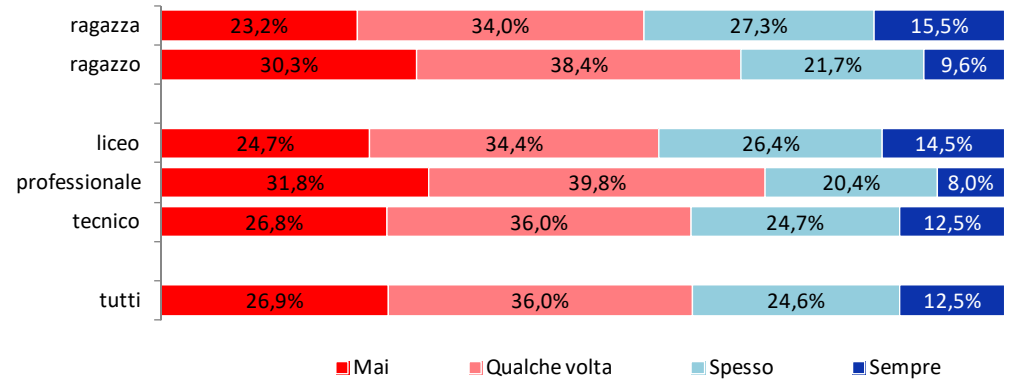
Grafico 11. L'attenzione alle reazioni esterne (n=2028)

Quando posti qualcosa, quando frequentemente pensi alla reazione di

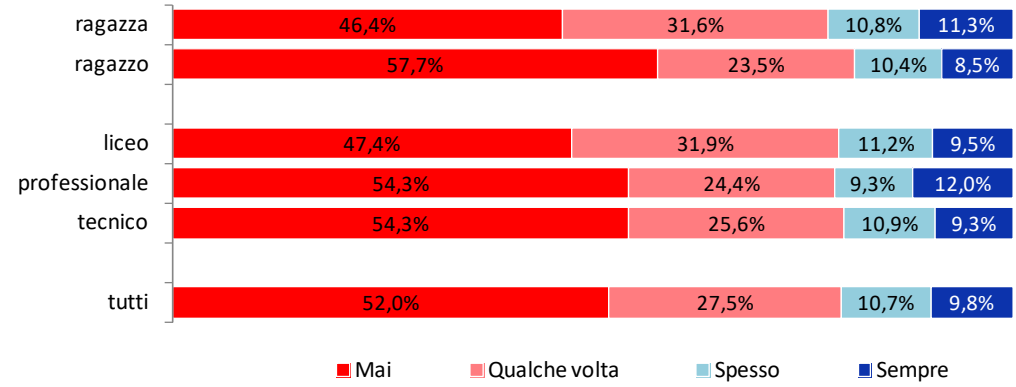
… ragazzi/e della tua età



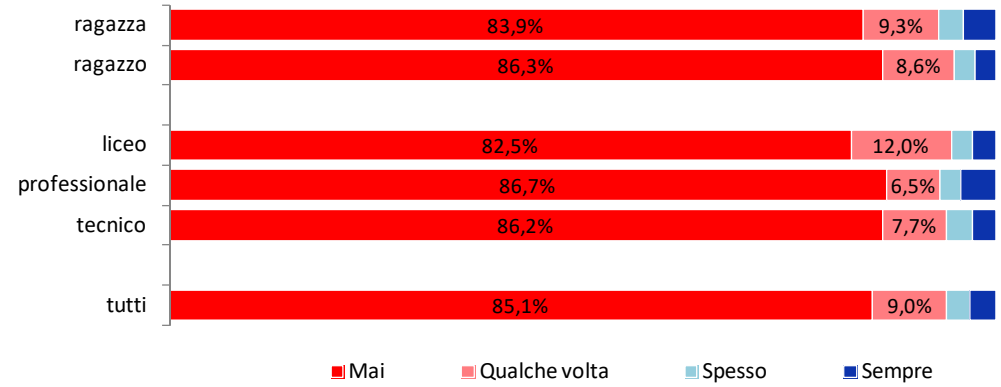
… ragazzi/e più grandi



… i tuoi genitori



… i tuoi insegnanti



Rispetto a questo atteggiamento rappresentano un relativo elemento di differenziazione sia il genere sia l'indirizzo di studi. Sono, infatti, gli studenti di genere maschile e frequentanti le scuole professionali ad essere meno attenti alle reazioni degli adulti rispetto alle loro coetanee. Non si rilevano, invece, differenze significative rispetto all'età.

3.5 La gestione del rischio

Dallo studio di Vandonick *et al.* (2013) emerge che le ragazze e i ragazzi, quando si espongono a rischi online, tendono ad adottare strategie 'resilienti' per risolvere il problema e proteggersi dal danno che ne potrebbe derivare loro. Fra queste strategie le più efficaci sembrano essere le cosiddette 'risposte sociali', cioè chiedere aiuto e sostegno alle persone vicine (Mascheroni e Ólafsson, 2015) che, di norma, sono la famiglia, gli amici e gli insegnanti.

Come emerge dai dati riportati nel Grafico 12, il primo punto di riferimento per i giovani è rappresentato dal gruppo dei pari: in caso di problemi in rete, infatti, l'80% degli intervistati pensa di rivolgersi agli amici che conosce anche off-line (circa il 46% lo ritiene molto probabile e il 34,4% lo ritiene abbastanza probabile). Qui il genere rappresenta un elemento di differenziazione: il gruppo di ragazze che si rivolgerebbe ai pari è significativamente più numeroso di quello dei ragazzi.

Dopo il gruppo dei pari, a una distanza non trascurabile, troviamo la famiglia. In caso di problemi in rete, il 56% degli intervistati pensa che si rivolgerebbe ai genitori (il 25% lo ritiene molto probabile e il 31% lo ritiene abbastanza probabile). Anche in questo caso si rilevano differenze in base al genere, all'età e al tipo di scuola frequentata. Il gruppo di coloro che pensano che i genitori siano un importante punto di riferimento è più numeroso fra le ragazze, di età inferiore e che frequentano un Liceo.

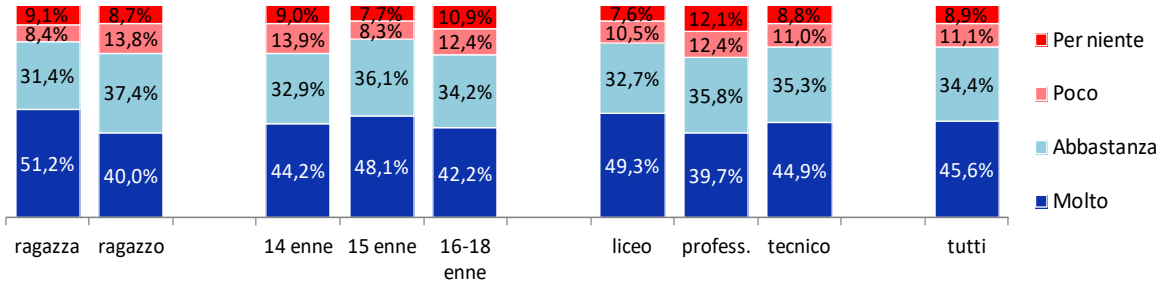
Al terzo posto si collocano i fratelli e le sorelle, che rappresentano un possibile riferimento per circa il 45% degli intervistati.

Solo un gruppo ristretto di studenti (pari al 10%) considera gli insegnanti un possibile interlocutore per questo genere di problemi. Lo stesso vale per gli amici 'di rete', ovvero il gruppo di pari che frequentati solo online, menzionati da circa il 12% degli intervistati.

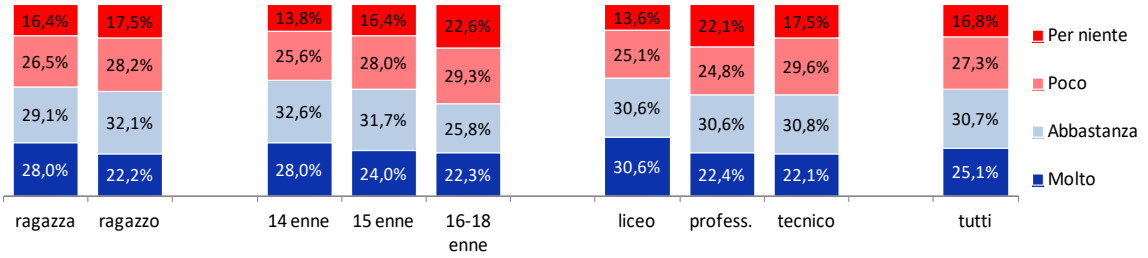
Grafico 12. I soggetti di riferimento in caso di esperienze negative (n=2125)

Se quando sei online ti capitassero esperienze che ti turbano, quanto è probabile che ne parleresti con le seguenti persone?

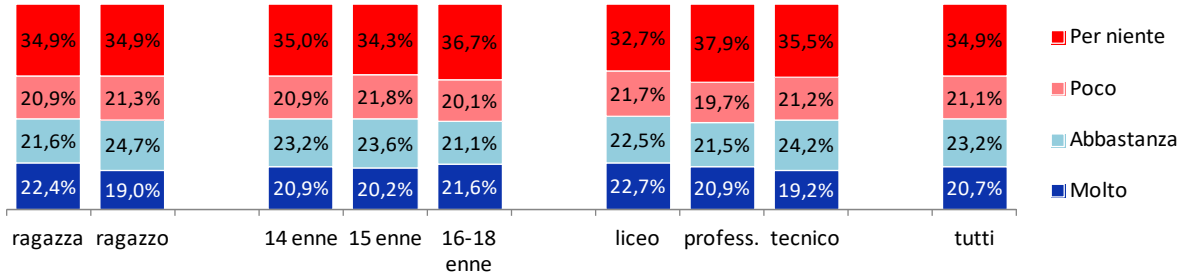
Amici che conosci anche off-line



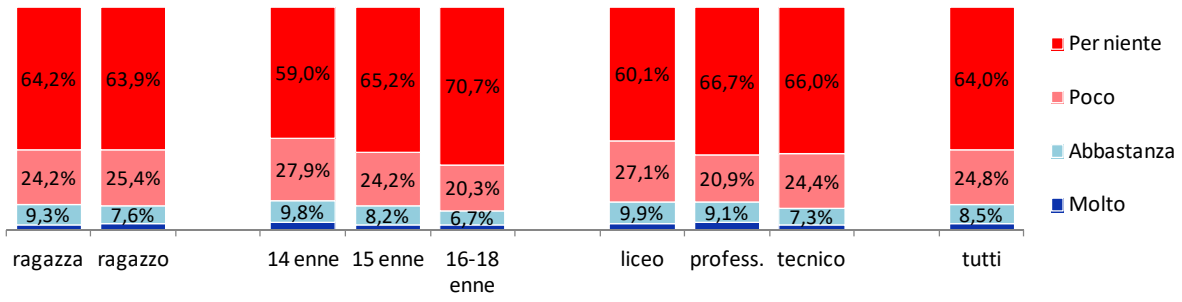
Genitori



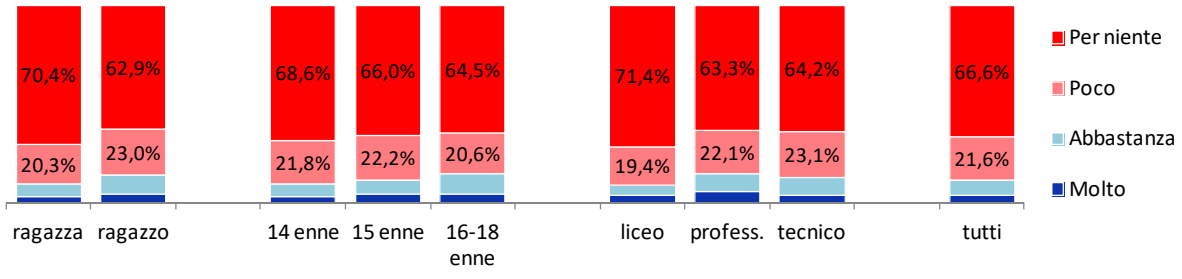
Fratello/Sorella



Insegnanti



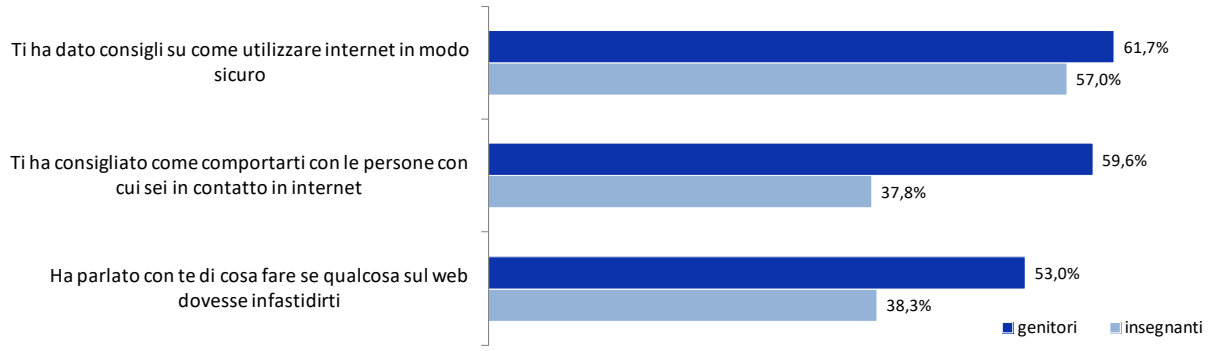
Amici che conosci solo online



Come indicato dal Grafico 13, la percentuale di intervistati che hanno ricevuto consigli dai genitori su come utilizzare internet in modo sicuro e/o su come gestire le proprie relazioni online si aggira attorno al 60%. Leggermente più bassa (53%) la percentuale dei genitori che ha allertato i figli su come gestire eventuali situazioni negative. Permane, tuttavia, una quota di genitori (circa il 40%) che, secondo gli intervistati, non ha mai fornito consigli ai propri figli in materia di navigazione sicura.
I giovani sono consapevoli del fatto che gli insegnati potrebbero aiutarli a gestire le dinamiche online. La maggioranza degli intervistati dichiara, infatti, di aver ricevuto consigli dai docenti su come utilizzare internet in modo sicuro (57%). Circa un terzo dichiara, poi, di aver ricevuto indicazioni dagli insegnanti su cosa fare nel caso in cui qualcosa li turbi o li infastidisca su internet (38%) e su come comportarsi nelle relazioni online (38%).

Grafico 13. La mediazione scolastica e familiare (n=2126)

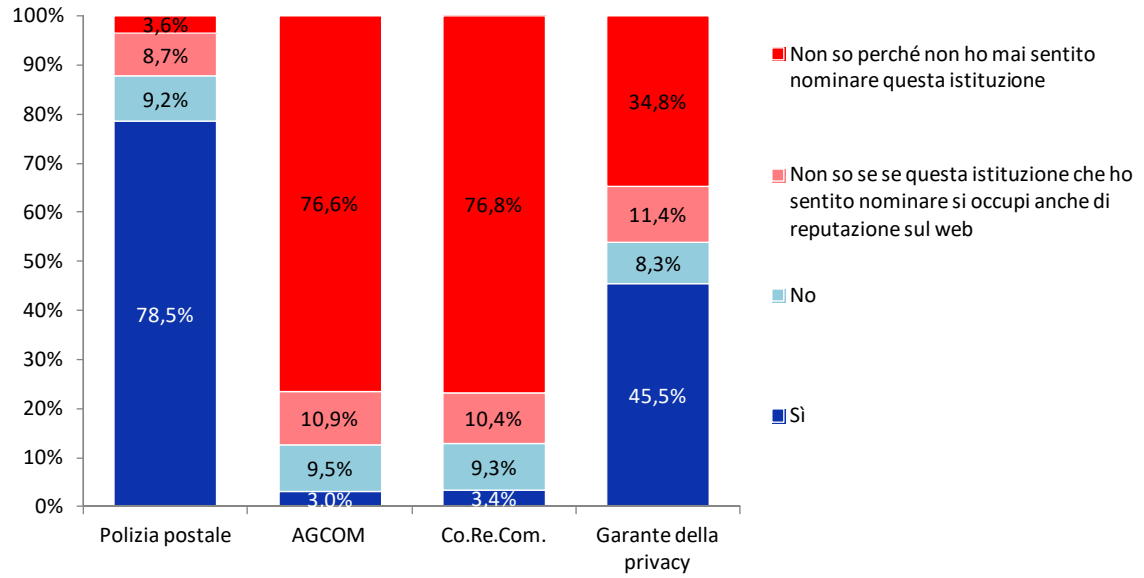
Qualcuno dei tuoi insegnanti o professori ha avuto occasione di fare una di queste cose con te?
Uno dei tuoi genitori ha avuto occasione di fare una di queste cose con te?



Possono rientrare, infine, nella categoria delle risposte sociali messe in atto dai ragazzi per affrontare problemi in rete anche le richieste di supporto nei confronti delle istituzioni. Il Grafico 14 riporta i dati relativi alla conoscenza degli intervistati delle principali istituzioni nazionali che si occupano di tutela dell'immagine in rete: Polizia postale e delle comunicazioni, Garante della privacy (Garante per la protezione dei dati personali), AGCOM (Autorità per le garanzie nelle comunicazioni) e le sue diramazioni regionali, i Co.Re.Com. (Comitati regionali per le comunicazioni).

Grafico 14. Conoscenza delle istituzioni preposte alla tutela della *web reputation* (n=2133)

Per capire come proteggere la tua reputazione sul web e/o evitare di danneggiare quella di altre persone a quali istituzioni ti puoi rivolgere?



Per tutelare la propria immagine online, secondo la maggior parte degli intervistati, ci si può rivolgere alla Polizia postale (78%). E la Polizia postale, infatti, da anni svolge attività informative e formative destinate agli studenti, ai genitori e agli insegnanti in materia di reati legati ad un utilizzo improprio della rete. La sua presenza nelle scuole ha chiaramente reso questa istituzione un punto di riferimento per i giovani.

Il ruolo del Garante della privacy viene riconosciuto solo dalla metà degli studenti (45%), nonostante questa istituzione, negli ultimi anni, sia stata molto attiva sul fronte dell'educazione alla legalità e alla consapevolezza dei rischi della navigazione in rete, attraverso campagne informative e la pubblicazione di vademecum[6].

Quasi del tutto sconosciute, invece, sono le istituzioni preposte alla tutela delle garanzie nelle comunicazioni, AGCOM e Co.Re.Com., con il 77% dei rispondenti che dichiarano di non averle mai sentite nominare. AGCOM svolge attività di vigilanza, regolamentazione, ricerca scientifica e di sensibilizzazione, nonché di *moral suasion*, in materia di tutela dei minori nel settore dei media audiovisivi e radiofonici. Di recente AGCOM si è interessata dei social media attraverso l'istituzione dell'*Osservatorio delle garanzie per i minori e dei diritti fondamentali della persona su Internet*[7], che ha 'l'espressa finalità di istituzionalizzare un approccio maggiormente coordinato alle diverse problematiche connesse all'utilizzo della rete e dei social

[6] Si veda https://www.garanteprivacy.it/web/guest/home/stampa-comunicazione/vademecum-e-campagne-informative

[7] Si veda https://www.agcom.it/osservatorio-delle-garanzie-per-i-minori-e-dei-diritti-fondamentali-della-persona-su-internet

network e di verificare l'efficacia delle procedure e delle misure negoziate dagli operatori del settore' (AGCOM, 2018, p. 84). L'autorità ha, inoltre, siglato a febbraio 2018 con il MIUR un *Protocollo d'intesa per uso critico delle tecnologie digitali tra le nuove generazioni* e partecipa alla rete nazionale degli attori chiamati ad intervenire per prevenire i fenomeni di cyberbullismo, così come disposto dalla Legge 29 maggio 2017, n. 71 *Disposizioni a tutela dei minori per la prevenzione ed il contrasto del fenomeno del cyberbullismo*.

I Co.Re.Com. sono, invece, dotati di funzioni di monitoraggio e controllo delle possibili violazioni della normativa in materia di tutela dei minori nella programmazione radiotelevisiva locale. Inoltre, in base all'*Accordo Quadro concernente l'esercizio delle funzioni delegate ai comitati regionali per le comunicazioni tra l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e la Conferenza delle regioni e delle province autonome e la Conferenza dei Presidenti delle assemblee legislative delle regioni e delle province autonome* essi possono promuovere iniziative di studio, analisi ed educazione all'utilizzo dei media tradizionali e dei nuovi media (ex art. 4 a).

Recentemente, inoltre, il Co.Re.Com. Veneto ha siglato, con l'USR per il Veneto e il Dipartimento di Scienze politiche, giuridiche e studi internazionali dell'Università di Padova, un *Protocollo d'intesa per la promozione di un utilizzo positivo, consapevole e responsabile di internet da parte dei giovani e per la tutela della loro reputazione sul web.* Infine Il Co.re.com. Veneto partecipa all'*Osservatorio Scolastico Regionale permanente per il Veneto* istituito ad agosto 2018 con la finalità di promuovere sul territorio regionale azioni integrate di contrasto del bullismo e cyberbullismo e di promozione della educazione alla legalità.

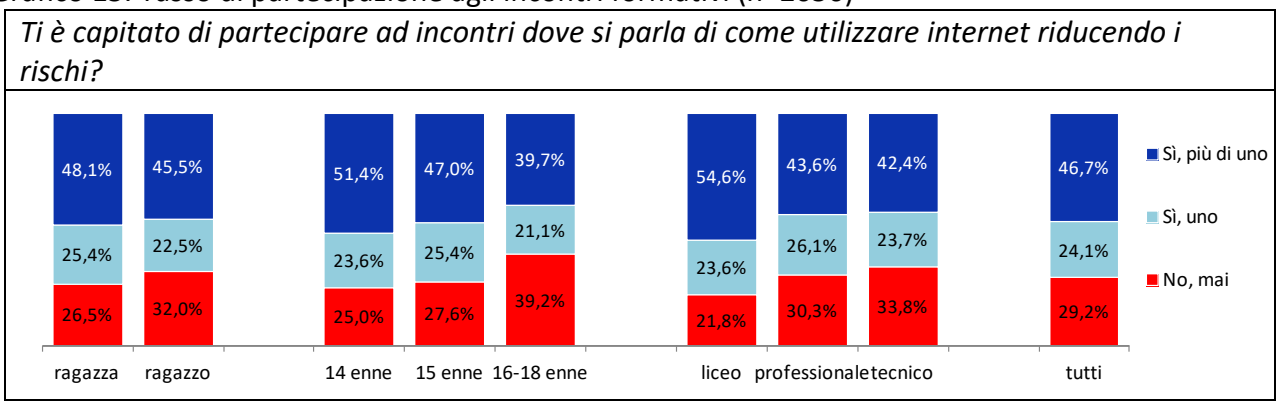
3.6 La domanda di formazione

Per prevenire i rischi connessi all'uso del web è importante sviluppare le necessarie competenze tecniche per navigare in modo sicuro e godere appieno delle opportunità offerte dalla rete.

Secondo le informazioni fornite dai professori attraverso la survey loro dedicata, negli due ultimi anni, in almeno la metà delle scuole che hanno partecipato alla ricerca, sono stati realizzati interventi di sensibilizzazione e/o di alfabetizzazione all'uso della rete rivolti agli studenti e al personale docente. Nella maggioranza dei casi i corsi sono stati indirizzati alle classi del biennio. Gli interventi hanno visto principalmente il coinvolgimento della Polizia postale mentre in altri casi la formazione è stata affidata ad esperti di informatica, a giuristi e avvocati, a psicologi e/o ad altri operatori dell'ambito socio-sanitario.

Questa informazione è confermata dalle risposte fornite dagli studenti (v. Grafico 15): circa due giovani su tre (71%), infatti, dichiarano di aver partecipato ad almeno un incontro sull'utilizzo sicuro della rete. In particolare, la partecipazione risulta maggiore tra le studentesse più giovani e che frequentano il liceo.
Resta, tuttavia, abbastanza elevata la quota di intervistati che dichiara di non aver mai partecipato a un incontro formativo sui rischi legati all'uso di internet: si tratta del 29%, pari a 609 studenti.

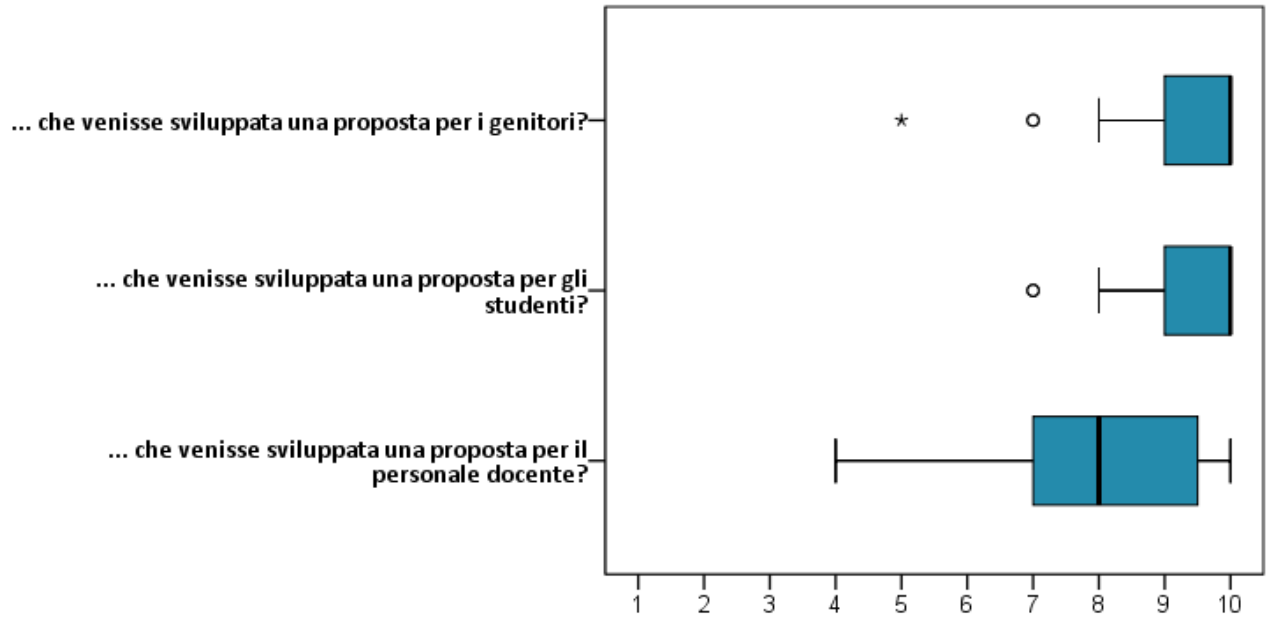
Grafico 15. Tasso di partecipazione agli incontri formativi (n=2056)



Le tematiche maggiormente affrontate nei corsi di formazione riguardano il bullismo e il cyberbullismo, la gestione corretta dei dati e del materiale digitale, la tutela della privacy e dell'immagine, l'etica e il rispetto degli altri nell'uso delle nuove tecnologie. Sul tema specifico della *web reputation* sono stati realizzati alcuni interventi in Veneto ma, come si può osservare dai dati riportati nel Grafico 16, secondo il parere dei docenti il bisogno di informazione e formazione è ancora molto elevato su questo tema. Sul grado di utilità di eventuali proposte formative rivolte agli studenti e ai loro genitori si registrano, infatti, giudizi elevatissimi: lungo una scala da 1 a 10 (dove 1 significa *Per niente utile* e 10 *Molto utile*), il 75% dei docenti assegna all'importanza di fare formazione sulla *web reputation* un valore pari a 9 o 10. Sul grado di utilità di proposte formative rivolte al personale docente si registrano giudizi inferiori ma comunque molto elevati, con il 75% dei rispondenti che sceglie un punteggio pari o superiore a 7.

Grafico 16. Importanza della formazione per la tutela della *web reputation* secondo i docenti

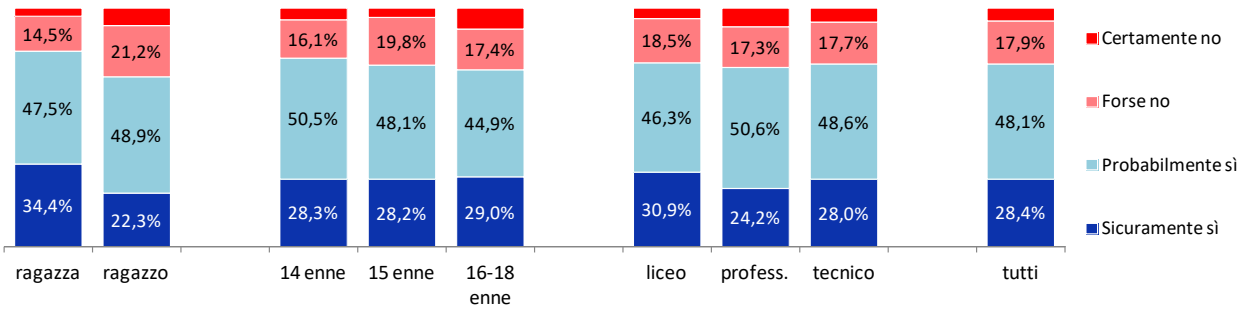
Sul tema specifico della tutela dell'immagine o web reputation, lei personalmente quanto riterrebbe utile:



Il bisogno di formazione evidenziato dai professori sembra essere riconosciuto anche dagli studenti. Come indicato nel Grafico 17, se fossero organizzati incontri su come proteggere la propria immagine sul web, il 28% dei giovani intervistati vi parteciperebbe sicuramente e un altro 48% vi parteciperebbe con elevata probabilità. Si registra comunque la presenza di un 20% di rispondenti non intenzionato a prendervi parte.

Grafico 17. Il fabbisogno formativo percepito dagli studenti (n=2113)

Se nella tua scuola fossero organizzati incontri su come proteggere la tua immagine sul web, parteciperesti?



Anche in questo caso si notano differenze per indirizzo di studi e per genere: il bisogno di formazione sul tema della protezione dell'immagine digitale sembra essere sentito maggiormente dai liceali e dalle ragazze.

4. I risultati della survey nelle Scuole Secondarie di Primo Grado

L'indagine *Giovani in rete* è stata rivolta principalmente agli studenti del primo biennio delle SSSG del Veneto. Tuttavia tre Scuole Secondarie di Primo Grado (SSPG), venute a conoscenza della ricerca, hanno proposto spontaneamente la loro candidatura, che è stata accolta positivamente dal gruppo di ricerca.

In questo paragrafo si presenta una sintesi delle principali informazioni raccolte tramite la survey. Queste informazioni vanno lette con molta cautela perché il numero di studenti delle SSPG che hanno partecipato è esiguo: si tratta, infatti, di 124 ragazze e 111 ragazzi di età compresa tra gli 11 e 13 anni (v. Tabella 9), per un totale di 235 intervistati.

Tabella 9. Caratteristiche degli studenti partecipanti all'indagine

		n	**%**
Genere	Femmina	124	52,8%
	Maschio	111	47,2%
	Totale	**235**	**100,0%**
Età	11 anni	87	37,0%
	12 anni	90	38,3%
	13 anni	52	22,1%
	n.r.	6	2,6%
	Totale	**235**	**100,0%**

Per fornire una descrizione completa delle informazioni raccolte, i dati sono stati disaggregati per genere e per età ma il numero di risposte non sempre permette di stabilire con chiarezza quali siano le caratteristiche dei rispondenti che concorrono maggiormente a dare forma alla varietà di atteggiamenti e comportamenti osservati. La consistenza numerica del campione non permette nemmeno di fare confronti tra le risposte fornite dagli studenti delle SSPG con quelle fornite dagli studenti delle SSSG. Le informazioni raccolte sono comunque utili perché forniscono alcuni spunti interessanti di riflessione sulla realtà preadolescenziale e le relazione che essa ha con il mondo dei nuovi media.

Fra gli studenti delle SSPG che hanno partecipato alla ricerca è molto elevata la quota di coloro che utilizzano i servizi di messaggistica istantanea e anche di chi ha un profilo su una piattaforma social (v. Tabella 10). La percentuale di chi utilizza WhatsApp o servizi simili è pari al 93,9% e raggiunge quote più elevate se si restringe l'analisi al gruppo delle ragazze (96,0%) o al gruppo degli studenti un po' più grandi (98,1% dei tredicenni). La percentuale di chi ha un profilo su un social network è pari all'84,3% e,

anche in questo caso, si raggiungono quote più elevate se si restringe l'analisi al gruppo delle ragazze (87,1%) o al gruppo degli studenti un po' più grandi (94,2%).

Tabella 10. La presenza in rete degli intervistati

		Tutti	**Ragazza**	**Ragazzo**	**11 anni**	**12 anni**	**13 anni**
Utilizzi WhatsApp o altri servizi di messaggistica istantanea?	Si	93,9%	96,0%	91,0%	93,1%	92,2%	98,1%
	No	6,1%	4,0%	9,0%	6,9%	7,8%	1,9%
	n	235	124	111	87	90	52
Hai un profilo in un Social Network?	Si	84,3%	87,1%	81,1%	79,3%	85,6%	94,2%
	No	15,7%	12,9%	18,9%	20,7%	14,4%	5,8%
	n	235	124	111	87	90	52

Per quanto riguarda le esperienze negative che possono verificarsi online, il 34% delle ragazze e il 37% dei ragazzi che hanno risposto al questionario dichiarano di averne vissuta almeno tra quelle indicate. I rischi più diffusi sono: contatti indesiderati; prese in giro o altre molestie da parte dei pari; diffusione di immagini o contenuti senza il consenso dell'interessato (v. Tabella 11) .

Tabella 11. Le esperienze negative in rete

Nel web ti sono capitate le seguenti esperienze negative?		**Tutti**	**Ragazza**	**Ragazzo**	**11 anni**	**12 anni**	**13 anni**
Qualcuno è entrato nel tuo account contro la tua volontà (furto d'identità)	Si	6%	7%	5%	2%	9%	8%
	No	94%	93%	95%	98%	91%	92%
Qualcuno ha diffuso immagini o contenuti che ti riguardano senza il tuo consenso	Si	12%	7%	17%	11%	14%	10%
	No	88%	93%	83%	89%	86%	90%
Hai subito danni alla tua reputazione per la divulgazione di contenuti o immagini che preferivi non condividere	Si	9%	9%	8%	7%	9%	12%
	No	91%	91%	92%	93%	91%	88%
Sei stato/a vittima di prese in giro, offese o altre molestie da parte dei tuoi pari	Si	14%	12%	15%	14%	16%	12%
	No	86%	88%	85%	86%	84%	88%
Sei entrato/a in contatto con persone sconosciute che non desideravi conoscere	Si	18%	22%	14%	9%	23%	25%
	No	82%	78%	86%	91%	77%	75%

Tabella 11. Le esperienze negative in rete (segue)

Nel web ti sono capitate le seguenti esperienze negative?		**Tutti**	**Ragazza**	**Ragazzo**	**11 anni**	**12 anni**	**13 anni**
Hai danneggiato involontariamente la reputazione di altre persone	Si	4%	5%	3%	2%	4%	6%
	No	96%	95%	97%	98%	96%	94%
Hai subito almeno una delle esperienze negative sopraelencate	Si	35%	34%	37%	30%	41%	38%
	No	65%	66%	63%	70%	59%	62%
	n	235	124	111	87	90	52

Un altro risultato interessante è rappresentato dallo scarso utilizzo degli strumenti resi disponibili dai servizi e dai social network per proteggere la propria privacy. Dai dati riportati nella Tabella 12 emerge, infatti, che sono pochi i rispondenti che dichiarano di aver cambiato le password di accesso ai servizi di e-mail (25%) e ai servizi di social network (31%) negli ultimi 12 mesi. Rispetto a questo comportamento si rilevano differenze di genere e per età. La propensione a cambiare la password sembra essere più elevata fra i ragazzi e fra gli studenti un po' più grandi.

Per quanto riguarda le impostazioni di privacy, il 52,8% dichiara di averle configurate con cura, il 27,6% di non averlo fatto e il 19,6% risponde 'non so'. Quasi un rispondente su cinque, pertanto, ignora l'esistenza di questo strumento oppure presta così poca attenzione alle impostazioni di privacy da non ricordare di averle inserite.

Tabella 12. Operazioni per la tutela della privacy effettuate negli ultimi 12 mesi

Negli ultimi 12 mesi hai svolto le seguenti operazioni?	**Tutti**	**Ragazza**	**Ragazzo**	**11 anni**	**12 anni**	**13 anni**
Hai cambiato la password di accesso ai servizi e-mail						
Si	25,1%	18,5%	33,0%	20,3%	23,1%	34,7%
No	64,3%	72,2%	54,9%	71,0%	64,1%	55,1%
Non so	10,6%	9,3%	12,1%	8,7%	12,8%	10,2%
Hai cambiato la password di accesso ai social network						
Si	30,7%	25,9%	36,3%	29,0%	29,5%	34,7%
No	62,8%	67,6%	57,1%	65,2%	64,1%	57,1%
Non so	6,5%	6,5%	6,6%	5,8%	6,4%	8,2%
Hai settato con cura le impostazioni di privacy						
Si	52,8%	53,7%	51,6%	66,7%	46,2%	46,9%
No	27,6%	27,8%	27,5%	14,5%	37,2%	32,7%
Non so	19,6%	18,5%	20,9%	18,8%	16,7%	20,4%
n	199	108	91	69	78	49

Sempre in merito alla gestione dei propri dati sul web si riportano di seguito le risposte fornite dagli intervistati alle seguenti domande: 'Pensando al social network che utilizzi più spesso, il tuo profilo è impostato come pubblico o privato?' 'Conosci le condizioni generali d'uso dei social network a quali ti sei iscritto/a?' (v. Tabella 13).

Tabella 13. Gestione dei propri dati online

	Tutti	**Ragazza**	**Ragazzo**	**11 anni**	**12 anni**	**13 anni**
Pensando al social network che utilizzi più spesso, il tuo profilo è impostato come:						
Privato - mi possono vedere solo i miei amici	44,2%	49,1%	38,5%	46,4%	47,4%	36,7%
Privato - mi possono vedere i miei amici e gli amici di amici	18,1%	20,4%	15,4%	14,5%	19,2%	18,4%
Pubblico - tutti mi possono vedere	26,6%	24,1%	29,7%	31,9%	17,9%	34,7%
Non so / Non ricordo	11,1%	6,5%	16,5%	7,2%	15,4%	10,2%
n	199	108	91	69	78	49
Conosci le condizioni generali d'uso dei social network ai quali ti sei iscritto/a?						
Le conosco tutte	11,1%	13,9%	7,7%	17,4%	9,0%	4,1%
Ne conosco una piccola parte	21,6%	20,4%	23,1%	20,3%	15,4%	32,7%
Le ho lette ma non le ricordo	41,2%	40,7%	41,8%	42,0%	43,6%	36,7%
No, non le ho mai lette	26,1%	25,0%	27,5%	20,3%	32,1%	26,5%
n	199	108	91	69	78	49

Quasi la metà degli intervistati ha dichiarato di avere un profilo privato (44,2%), un altro 18,1% dichiara di avere un profilo 'semi-privato' (cioè visibile anche agli amici degli amici) e circa un quarto ha un profilo pubblico (26,%). Minore, ma non trascurabile, risulta invece la percentuale di coloro che dimostrano scarsa consapevolezza rispetto a questo tema, al punto di non sapere o di non ricordare l'impostazione del proprio profilo (11%).

Solo un rispondete su tre dichiara di aver letto e di ricordare almeno in parte le condizioni generali d'uso dei servizi di social network ai quali affida i suoi dati personali. Più precisamente l'11,1% dichiara di conoscerle tutte mentre il 21,6% di conoscerne una parte. Più numeroso risulta il gruppo di coloro che dichiarano di averle lette ma di non ricordarle (41,2%) e anche di coloro che dichiarano di non averle mai lette (26,1%)

Passando al tema centrale della ricerca, nella Tabella 14 si possono osservare le risposte fornite alle domande che riguardano specificatamente la *web reputation*.

Tabella 14. Grado di conoscenza del termine '*web reputation*'

	Tutti	**Ragazza**	**Ragazzo**	**11 anni**	**12 anni**	**13 anni**
Hai mai sentito parlare di web reputation o reputazione digitale?						
So bene di cosa si tratta	19,6%	20,2%	18,9%	28,7%	14,4%	15,4%
Ne ho sentito parlare ma non so bene di cosa si tratti	45,5%	47,6%	43,2%	36,8%	48,9%	50,0%
No, non ne ho mai sentito parlare	34,9%	32,3%	37,8%	34,5%	36,7%	34,6%

Il concetto di '*web reputation'* risulta poco conosciuto: più di un terzo dei rispondenti dichiara di non averne mai sentito parlare (34,9%), quasi la metà ne ha sentito parlare ma non sa bene di che cosa si tratti (45,5%) e solo il 19,6% dichiara di sapere bene che cosa esso significhi.

Anche la percezione del rischio che può derivare dall'essere presente in rete non sembra molto elevata, soprattutto fra i rispondenti di sesso maschile. Poco più di un intervistato su 3 dichiara di pensare sempre (16,2%) o spesso (22,6%) agli effetti nocivi derivanti dall'uso improprio che potrebbero fare terzi delle informazioni che li riguardano. Quasi due rispondenti su tre non ci pensano mai (25,1%) o lo fanno solo qualche volta (36,2%). In particolare non ci pensa mai il 18,5% delle ragazze e il 32,4% dei ragazzi (v. Tabella 15)

Tabella 15. Percezione del rischio derivante dalla presenza in rete

	Tutti	**Ragazza**	**Ragazzo**	**11 anni**	**12 anni**	**13 anni**
Ti è capitato di pensare che le informazioni presenti su di te sul web, in mani sbagliate, potrebbero nuocerti?						
Mai	25,1%	18,5%	32,4%	17,2%	37,8%	17,3%
Qualche volta	36,2%	39,5%	32,4%	37,9%	27,8%	42,3%
Spesso	22,6%	22,6%	22,5%	24,1%	20,0%	26,9%
Sempre	16,2%	19,4%	12,6%	20,7%	14,4%	13,5%
n	235	124	111	87	90	52

In caso di esperienze negative, come indicato nella Tabella 16; il soggetto a cui gli intervistati si rivolgerebbero per primi per un sostegno è rappresentato dai genitori (circa 75%), seguono poi gli amici (circa 48%), i fratelli e le sorelle (circa 45%). Il 30% circa degli intervistati si rivolgerebbe agli insegnanti.

Tabella 16. I soggetti di riferimento in caso di esperienze negative

		Tutti	Ragazza	Ragazzo	11 anni	12 anni	13 anni
Se quando sei online ti capitassero esperienze che ti turbano, quanto è probabile che ne parleresti con le seguenti persone?							
Genitori	Molto	49,8%	49,2%	50,5%	64,4%	42,2%	36,5%
	Abbastanza	25,1%	22,6%	27,9%	21,8%	25,6%	30,8%
	Poco	13,6%	16,1%	10,8%	6,9%	16,7%	21,2%
	Per niente	11,5%	12,1%	10,8%	6,9%	15,6%	11,5%
Fratelli/sorelle	Molto	23,4%	22,6%	24,3%	21,8%	24,4%	26,9%
	Abbastanza	21,7%	24,2%	18,9%	21,8%	21,1%	17,3%
	Poco	16,6%	19,4%	13,5%	19,5%	12,2%	19,2%
	Per niente	38,3%	33,9%	43,2%	36,8%	42,2%	36,5%
Amici che conosci solo online	Molto	6,4%	6,5%	6,3%	6,9%	5,6%	7,7%
	Abbastanza	4,3%	4,0%	4,5%	3,4%	4,4%	5,8%
	Poco	14,0%	13,7%	14,4%	8,0%	16,7%	19,2%
	Per niente	75,3%	75,8%	74,8%	81,6%	73,3%	67,3%
Amici che conosci anche off-line	Molto	23,4%	29,0%	17,1%	20,7%	23,3%	30,8%
	Abbastanza	24,3%	21,0%	27,9%	24,1%	21,1%	28,8%
	Poco	21,3%	17,7%	25,2%	24,1%	23,3%	15,4%
	Per niente	31,1%	32,3%	29,7%	31,0%	32,2%	25,0%
Insegnanti	Molto	7,2%	4,8%	9,9%	10,3%	5,6%	5,8%
	Abbastanza	23,0%	23,4%	22,5%	26,4%	22,2%	15,4%
	Poco	26,8%	25,8%	27,9%	25,3%	30,0%	23,1%
	Per niente	43,0%	46,0%	39,6%	37,9%	42,2%	55,8%
n		235	124	111	87	90	52

I dati riportati nella Tabella 17 evidenziano come la mediazione in ambito familiare sia molto elevata: la percentuale degli intervistati che hanno ricevuto consigli dai genitori su come utilizzare internet in modo sicuro è pari al 73% e le percentuali di chi ha ricevuto consigli su come gestire le proprie relazioni online o su come gestire eventuali molestie online si aggira attorno al 60%. Tuttavia, si sottolinea che circa un rispondente su 4 dichiara di non aver mai ricevuto dai propri genitori consigli in materia di navigazione sicura (26,4%).

I giovani sono consapevoli del fatto che gli insegnanti potrebbero aiutarli a gestire le dinamiche online. La maggioranza degli intervistati dichiara, infatti, di aver ricevuto consigli dai docenti su come utilizzare internet in modo sicuro (68,1%). Circa un terzo dichiara, poi, di aver ricevuto indicazioni dai docenti su cosa fare nel caso in cui qualcosa li turbi o li infastidisca in rete (43%) e su come comportarsi nelle relazioni online (39,1%).

Tabella 17. La mediazione scolastica e familiare

		Tutti	**Ragazza**	**Ragazzo**	**11 anni**	**12 anni**	**13 anni**
Qualcuno dei tuoi insegnanti o professori ha avuto occasione di fare una di queste cose con te?							
Ha parlato con te di cosa fare se qualcosa sul web dovesse infastidirti	si	39,1%	39,5%	38,7%	41,4%	40,0%	36,5%
Ti ha consigliato su come comportarti con le persone con cui sei in contatto in internet	si	43,0%	41,9%	44,1%	48,3%	45,6%	28,8%
Ti ha dato consigli su come utilizzare internet in modo sicuro	si	68,1%	69,4%	66,7%	71,3%	70,0%	61,5%
Uno dei tuoi genitori ha avuto occasione di fare una di queste cose con te?							
Ha parlato con te di cosa fare se qualcosa sul web dovesse infastidirti	si	59,1%	60,5%	57,7%	62,1%	58,9%	57,7%
Ti ha consigliato su come comportarti con le persone con cui sei in contatto in internet	si	60,9%	60,5%	61,3%	67,8%	60,0%	51,9%
Ti ha dato consigli su come utilizzare internet in modo sicuro	si	73,6%	73,4%	73,9%	81,6%	71,1%	63,5%
n		235	124	111	87	90	52

La Tabella 18 riporta i dati relativi alla conoscenza degli intervistati delle principali istituzioni nazionali che si occupano di tutelare i cittadini dai rischi che possono incontrare in rete: Polizia postale, Garante della privacy, AGCOM e Co.re.com.

Tabella 18: Conoscenza delle istituzioni preposte alla tutela della *web reputation*

		Tutti	**Ragazza**	**Ragazzo**	**11 anni**	**12 anni**	**13 anni**
Per capire come proteggere la tua reputazione sul web e/o evitare di danneggiare quella di altre persone a quali istituzioni ti puoi rivolgere?							
Polizia postale	No	20,9%	21,0%	20,7%	17,2%	22,2%	23,1%
	Non so, perché non ho mai sentito nominare questa istituzione	9,8%	9,7%	9,9%	12,6%	8,9%	7,7%
	Non so se questa istituzione che ho sentito nominare si occupi anche di reputazione sul web	13,6%	15,3%	11,7%	13,8%	10,0%	17,3%
	Si	55,7%	54,0%	57,7%	56,3%	58,9%	51,9%

Tabella 18: Conoscenza delle istituzioni preposte alla tutela della *web reputation* (segue)

Per capire come proteggere la tua reputazione sul web e/o evitare di danneggiare quella di altre persone a quali istituzioni ti puoi rivolgere?							
AGCOM	No	26,4%	19,4%	34,2%	20,7%	33,3%	23,1%
	Non so, perché non ho mai sentito nominare questa istituzione	62,1%	72,6%	50,5%	65,5%	55,6%	69,2%
	Non so se questa istituzione che ho sentito nominare si occupi anche di reputazione sul web	7,7%	4,0%	11,7%	8,0%	8,9%	5,8%
	Si	3,8%	4,0%	3,6%	5,7%	2,2%	1,9%
Co.Re.Com	No	26,4%	21,0%	32,4%	19,5%	34,4%	21,2%
	Non so, perché non ho mai sentito nominare questa istituzione	59,1%	66,1%	51,4%	62,1%	50,0%	71,2%
	Non so se questa istituzione che ho sentito nominare si occupi anche di reputazione sul web	10,2%	8,9%	11,7%	11,5%	13,3%	3,8%
	Si	4,3%	4,0%	4,5%	6,9%	2,2%	3,8%
Garante della privacy	No	21,3%	16,1%	27,0%	19,5%	24,4%	19,2%
	Non so, perché non ho mai sentito nominare questa istituzione	34,9%	37,1%	32,4%	28,7%	31,1%	53,8%
	Non so se questa istituzione che ho sentito nominare si occupi anche di reputazione sul web	7,7%	9,7%	5,4%	5,7%	10,0%	5,8%
	Si	36,2%	37,1%	35,1%	46,0%	34,4%	21,2%
n		235	124	111	87	90	52

Per tutelare la propria immagine online, secondo la metà dei rispondenti, ci si può rivolgere in primo luogo alla Polizia postale (55,7%). Il ruolo del Garante della privacy viene riconosciuto da circa un terzo degli studenti (36,2%). Quasi del tutto sconosciute, invece, sono le istituzioni preposte alla tutela delle garanzie nelle comunicazioni, AGCOM e Co.re.com., con circa il 70% dei rispondenti che dichiarano di non averle mai sentite nominare o di non sapere se si occupino o meno di tutela della reputazione online.

Per concludere, si presentano di seguito le risposte fornite dagli studenti delle tre SSPG alla domanda relativa al fabbisogno di formazione (v. Tabella 19).

Tabella 19. Il fabbisogno formativo percepito dagli studenti

Se nella tua scuola fossero organizzati incontri su come proteggere la tua immagine sul web, parteciperesti?						
	Tutti	**Ragazza**	**Ragazzo**	**11 anni**	**12 anni**	**13 anni**
Certamente no	3,4%	1,6%	5,4%	1,1%	5,6%	3,8%
Forse no	9,8%	9,7%	9,9%	2,3%	8,9%	23,1%
Probabilmente si	38,7%	39,5%	37,8%	36,8%	36,7%	46,2%
Sicuramente si	48,1%	49,2%	46,8%	59,8%	48,9%	26,9%
n	235	124	111	87	90	52

Sul tema specifico della tutela della reputazione online il bisogno di formazione percepito dai rispondenti risulta molto elevato. La maggior parte degli intervistati dichiara, infatti, che se fossero organizzati incontri su questa tematica vi parteciperebbe: il 48,1% risponde 'si, sicuramente' e un altro 38,7% risponde 'si, probabilmente'. La quota dei disinteressati è pari a circa l'11% fra le ragazze e al 15% fra i ragazzi.

5. Conclusioni e raccomandazioni

La presente ricerca aveva l'obiettivo di raccogliere informazioni in merito ai comportamenti e alle esperienze vissute in rete dagli adolescenti residenti in Veneto. Il primo dato rilevante riguarda l'utilizzo dei social network da parte della quasi totalità degli intervistati, con una percentuale di riferimento del 99% per le SSSG e del 93,9% per le SSPG. In linea con quanto evidenziato anche da altre ricerche, il social network su cui sono più presenti ragazze e ragazzi in Veneto è Instagram, il 14% degli intervistati di genere maschile segue anche il canale YouTube, mentre limitato è l'uso di Facebook e di altri social network.

La presenza online ha anche dei risvolti spiacevoli e, infatti, il 60% delle ragazze e il 50% dei ragazzi intervistati nelle SSSG ha avuto in rete almeno un'esperienza classificata come negativa, in particolare: contatti indesiderati con persone sconosciute; diffusione di immagini o contenuti da parte di terzi; molestie, offese e danneggiamento della propria immagine. Nelle SSPG le percentuali si abbassano al 34% per le ragazze e al 37% per i ragazzi e le esperienze negative più diffuse riguardano l'entrare in contatto con persone sconosciute che non si desiderava conoscere (18%) e l'essere stato/a vittima di prese in giro, offese o altre molestie da parte di altri ragazzi/e.

L'aver vissuto esperienze negative sul web, tuttavia, non rende negativo l'utilizzo della rete di per sé. Infatti, l'esposizione ai rischi non produce necessariamente dei danni, perché i giovani gestiscono tali esperienze adottando varie strategie di resilienza

(Livingstone *et al*., 2011). Ciò che emerge dai dati qui presentati è che i giovani che hanno avuto delle esperienze negative sembrano più consapevoli dei rischi legati alla divulgazione di informazioni sul web di chi non ha avuto tali esperienze. Tuttavia questa consapevolezza non limita il desiderio di condividere informazioni che li riguardano. La percentuale di coloro, infatti, che impostano il proprio profilo come 'privato' è simile a quella di chi imposta il profilo come 'pubblico' (circa il 38%). Più alta, invece, la percentuale degli studenti della SSPG che hanno impostato il profilo come privato, (il 44%), mentre il profilo è impostato come pubblico solo dal 27% circa degli intervistati. La percentuale di chi conosce bene le condizioni d'uso dei servizi a cui affida i propri dati personali è molto bassa tra gli studenti delle SSSG (pari al 5,4%) ed un po' più alta tra gli studenti delle SSPG (11%). Sconosciuti al 72,4% degli intervistati delle SSSG sono gli strumenti messi a disposizione da Google per monitorare la propria immagine online.

Pur non utilizzando gli strumenti preventivi disponibili sul web per la protezione della privacy e della loro immagine, tuttavia i giovani attivano comportamenti per auto-tutelarsi, ad esempio bloccando contatti indesiderati (67,2%) oppure cancellando o modificando immagini o post pubblicati in passato (69,9%), oppure, infine, evitando di pubblicare qualcosa che potrebbe danneggiarli (59,8%). Si tratta quindi di un mix di approcci di tipo preventivo e correttivo basati su una gestione sia *ex ante* sia *ex post* delle situazioni di rischio.

Un dato emerso dalla survey evidenzia, inoltre, che, per gestire eventuali esperienze negative vissute online, gli intervistati delle SSSG si rivolgono prevalentemente agli amici per un supporto (80%), mentre i genitori e, ancor più, gli insegnanti, non sono riconosciuti come interlocutori rilevanti (lo sono, rispettivamente, per il 55,8% e per il 9% degli intervistati). Se si guarda ai dati delle SSPG, il quadro muta radicalmente: il 75% circa degli intervistati tra gli 11 e i 13 anni si rivolge ai genitori per gestire situazioni negative e quasi il 50% si rivolge agli amici. Al contempo, i dati evidenziano che una buona percentuale delle famiglie si preoccupa di educare i figli ad un uso consapevole della rete. Infatti, la cosiddetta 'mediazione attiva' da parte dei genitori, che prevede il dialogo, la discussione e la spiegazione di attività ed esperienze online riguarda circa il 60% degli intervistati nelle SSSG e il 66% nelle SSPG.

Infine, il volume di attività formative erogate nelle scuole del Veneto, centrate sui nuovi media, sui rischi ad essi connessi e sulla prevenzione del bullismo e del cyberbullismo, risulta essere elevato, ma persiste una quota significativa di studenti che dichiara di non aver mai ricevuto formazione sull'uso sicuro della rete o che non è interessato a partecipare a tale attività. Non risulta, invece, essere mai stata fatta

formazione specifica sulla *web reputation* nelle scuole ma si rileva un'elevata richiesta di formazione in tale ambito.

Nonostante molti giovani siano in grado di gestire autonomamente la loro privacy online e siano in grado di adottare strategie correttive in caso di possibili pericoli, tuttavia è necessario essi non vengano lasciati soli a gestire eventuali situazioni di rischio. In particolare, è importante che i giovani siano formati a utilizzare in modo consapevole la rete e che siano informati in merito agli strumenti che le istituzioni del territorio mettono a loro disposizione per gestirne i relativi rischi.
Per quanto riguarda la formazione, è possibile fornire alcuni utili suggerimenti per le attività in aula sulla base delle indicazioni date dagli stessi professori che hanno partecipato alla survey, nonché dalla letteratura.
In primo luogo, per aiutare le ragazze e i ragazzi ad avviare una discussione sui temi presentati nella presente ricerca, si suggerisce di promuovere una discussione critica e costruttiva sull'uso dei nuovi media e sul ruolo che essi hanno nella vita quotidiana dei giovani, senza focalizzare esclusivamente l'attenzione sull'imposizione e/o proibizione di azioni (Scarcelli, 2017). In secondo luogo si raccomanda l'adozione di metodologie innovative e basate sull'apprendimento attivo (tramite casi concreti, simulazioni, video e giochi) e la co-produzione di soluzioni. Inoltre si raccomanda di utilizzare la cosiddetta '*peer education*', inserendo tra i formatori anche qualche ragazzo o ragazza, vicini per età ai partecipanti. Il gruppo dei pari è, infatti, fondamentale nella trasmissione delle conoscenze: gli adolescenti hanno bisogno di qualcuno che sia in grado di ascoltare e di parlare con loro usando il medesimo linguaggio (Ito *et al*., 2009).
Anche i genitori dovrebbero essere formati in modo adeguato: prevedendo innanzitutto un loro coinvolgimento come educatori anche per quanto riguarda la partecipazione alla vita pubblica in rete dei loro figli. Poiché 'offline' e 'online' rappresentano un continuum nella vita degli adolescenti (Livingstone, 2008), è importante che i genitori accettino questo aspetto e aiutino i figli a ragionare su come gestire questo nuovo tipo di relazioni che tale spazio pubblico 'allargato' comporta (Rainie e Wellman, 2014). In secondo luogo l'attività formativa dovrebbe essere finalizzata ad aumentare le loro competenze tecnologiche per supportare i figli nella gestione delle dinamiche online e dei rischi ad esse collegate. In terzo luogo essa dovrebbe contribuire a far sviluppare loro più efficaci capacità dialogiche. In particolare i genitori dovrebbero adottare strategie comunicative che coinvolgano i

figli in modo positivo, cercando di capire il loro punto di vista e costruendo con loro un pensiero critico sull'uso della rete.
Gli interventi formativi rivolti al personale docente, infine, per essere più efficaci, dovrebbero analizzare anch'essi casi reali e prevedere lo svolgimento di esercitazioni online che aiutino i professori a sviluppare maggiori competenze digitali da trasmettere poi agli studenti e alle studentesse.

Per concludere: è importante riconoscere che i media digitali e i social network sono ormai parte integrante della vita dei giovani, che li utilizzano per costruire la loro identità in questo ampio spazio pubblico offline/online (boyd, 2018). Genitori, insegnanti e istituzioni hanno il compito di educare i giovani ad un uso consapevole della rete e di intervenire per aiutarli qualora essi si trovino in difficoltà o esposti a problemi che non riescono ad affrontare da soli. La ricerca *Giovani in rete* si è posta l'obiettivo di indagare i comportamenti degli adolescenti residenti in Veneto per fornire i dati di partenza su cui riflettere per pianificare un'adeguata offerta di servizi educativi e di sostegno. Sarà poi compito delle istituzioni mettere in rete esperienze, conoscenze e competenze acquisite e nuove per dare corso a tali iniziative.

Ringraziamenti

L'indagine condotta nelle scuole è stata possibile grazie alla collaborazione dei docenti Referenti provinciali e dei docenti Referenti nelle scuole per il bullismo e il cyberbullismo. Fondamentale è stato, inoltre, il supporto fornito durante tutta la durata della rilevazione dalla Dott.ssa Maria Francesca Guiso, Referente regionale per il bullismo e il cyberbullismo, dalla Dott.ssa Francesca Altinier, Responsabile dell'Ufficio II dell'Ufficio Scolastico Regionale del Veneto e dalla Dott.ssa Daniela Beltrame. A tutte queste persone va la nostra gratitudine per l'aiuto offerto.

Ringraziamo inoltre le studentesse e gli studenti che hanno preso parte all'indagine, nonché le loro famiglie, per aver contribuito a farci comprendere in modo più approfondito e puntuale come i giovani si approccino all'uso dei nuovi media, quali aspetti di questo mondo così complesso li affascinino e quali li preoccupino. Con la speranza che il nostro contributo possa fornire loro alcuni spunti di riflessione e li possa aiutare a diventare cittadini digitali responsabili.

Bibliografia

AGCOM (2018). *Libro Bianco Media e Minori 2.0 Review*. Disponibile presso: https://www.agcom.it/libro-bianco-media-e-minori

Aroldi P., Mascheroni G., Vittadini N. (2016). *Web Reputation e comportamenti rischiosi online. L'esperienza dei giovani lombardi.* Milano: OssCom Centro di Ricerca sui Media e la Comunicazione dell'Università Cattolica. Disponibile presso: http://www.corecomlombardia.it/export/sites/default/download/Eventi/ConvegnoTutelaMinori27062016/Web_Reputation_e_comportamenti_rischiosi_online_ricerca_osscom.pdf

boyd d. (2018). *It's Complicated: La vita degli adolescenti sul web*. Roma: Castelvecchi Editore.

D'Antona R., Kevorkian M., Russom A. (2010). Sexting, Texting, Cyberbullying and Keeping Youth Safe Online. *Journal of Social Sciences*, 6(4), pp. 523-528.

Garante per la protezione dei dati personali (2014). *Social Privacy. Come tutelarsi nell'era dei social network*. Disponibile presso: https://www.garanteprivacy.it/web/guest/home/docweb/-/docweb-display/docweb/3140082

Haddon L., Livingstone S., the EU Kids Online network (2012). *EU Kids Online: national perspectives*. London, LSE. Disponibile presso: http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20III/Reports/PerspectivesReport.pdf

Ito M., Baumer S., Bittanti M., Cody R., Stephenson B. H., Horst H. A., Perkel D. (2009). *Hanging out, messing around, and geeking out: Kids living and learning with new media*. Cambridge: MIT Press.

Livingstone S. (2008), Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society* 10(3), pp. 393-411.

Livingstone S., Haddon L., Görzig A., Ólafsson K. (2011a). *Risks and Safety on the Internet: The Perspective of European Children. Full Findings*. London: LSE. Disponibile presso: http://eprints.lse.ac.uk/33731/

Livingstone S., Mascheroni G., Murru M.F. (2011b). *Social networking among European children: new findings on privacy, identity and connection*. Hermès, 59, pp. 89-98. Disponibile presso: http://eprints.lse.ac.uk/59302/

Livingstone S., Haddon L., Görzig A. (eds) (2012). *Children, Risk and Safety Online: Research and Policy Challenges in Comparative Perspective*. Bristol: Policy Press.

Mascheroni G., Ólafsson K. (2014). *Net Children Go Mobile: risks and opportunities*. Second Edition. Milano: Educatt. Disponibile presso: netchildrengomobile.eu/ncgm/wp-content/uploads/2013/07/DEF_NCGM_SecondEdition_Report.pdf

Mascheroni G., Ólafsson K. (2015). *Net Children Go Mobile: Il report italiano*, Milano: OssCom, Università Cattolica. Disponibile presso:

http://netchildrengomobile.eu/ncgm/wp-content/uploads/2013/07/NCGM-report-IT_FINAL.pdf
Mascheroni G., Ólafsson K. (2018). *Accesso, usi, rischi e opportunità di internet per i ragazzi italiani. I primi risultati di EU Kids Online 2017*. EU Kids Online e OssCom. Disponibile presso: http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/eu-kids-online/reports/EUKidsOnlineItaly-report-Gennaio-2018.pdf
Nock S.L. (1993), *The Costs of Privacy: Surveillance and Reputation in America*. New York: Aldine De Gruyter.
Rainie, L., Wellman, B. (2014). *Networked: the new social operating sy*stem. Cambridge: MIT Press.
Scarcelli C. M. (2017). Telling, Doing, (Media)Educating. Adolescents' Experiences, Expectations, Suggestions Concerning Media Education. *Italian Journal of Sociology of Education*, 9(1), pp. 93-121.
van den Bos W., Hertwig R. (2016), Adolescents display distinctive tolerance to ambiguity and to uncertainty during risky decision making. *Nature*, Scientific Reports, volume 7, Article number: 40962. Disponibile presso: https://www.nature.com/articles/srep40962
Vandoninck S., d'Haenens L., Roe K. (2013). Online risks: Coping strategies of less resilient children and teenagers across Europe. *Journal of Children and Media*, 7(1), pp. 60-78.

Allegato 1 - Elenco delle Scuole che hanno partecipato all'indagine *Giovani in rete*

Scuole Secondarie di Secondo Grado

Comune	Scuola
Agordo	I.I.S. FOLLADOR - DE ROSSI
Bassano	LICEO SCIENTIFICO J. DA PONTE
Bassano	I.T.E.T. L. EINAUDI
Belluno	ISTITUTO TECNICO SETTORE ECONOMICO F. CALVI
Bovolone	IPSIA G. GIORGI
Castelfranco	I.P.S.S.A.R. G. MAFFIOLI
Cittadella	I.I.S. A. MEUCCI
Conegliano	LICEO MARCONI
Cortina d'Ampezzo	ISTITUTO OMNICOMPRENSVO POLO DELLA VALBOITE
Dolo	IP CESARE MUSATTI
Feltre	ISTITUTO SUPERIORE DI FELTRE – SEZ. ITC 'A. COLOTTI'
Feltre	ISTITUTO CANOSSIANO DI FELTRE
Isola della Scala	I.I.S.S. ETTORE BOLISANI
Lancenigo di Villorba	ITI M. PLANCK
Legnago	I.P. G. MEDICI
Legnago	LICEO STATALE G. COTTA
Longarone	IPSOA D. DOLOMIEU
Mestre	IIT SAN MARCO
Mestre	LICEO STATALE L. STEFANINI
Montagnana	EDUCANDATO STATALE SAN BENEDETTO - LICEO SCIENZE UMANE
Montebelluna	I.I.S. EINAUDI SCARPA
Noventa	I.I.S. U. MASOTTO
Padova	SCUOLE ROGAZIONISTI
Padova	I.T.S.C.T EINAUDI-GRAMSCI
Padova	I.I.S. E. USUELLI RUZZA
Padova	I.I.S. G. VALLE
Padova	COLLEGIO VESCOVILE BARBARIGO
Padova	I.T.C. P.F.CALVI
Padova	I.I.S. DUCA DEGLI ABRUZZI
Pieve di Cadore	ITT E. FERMI
Piove di Sacco	I.I.S. DE NICOLA
Porto Tolle	ISTITUTO COMPRENSIVO DI PORTO TOLLE
San Bonifacio	I.S.I.S.S. A. DAL CERO
SCHIO	I.I.S. A. MARTINI
Treviso	ISTITUTO PARITARIO GALILEI
Treviso	ISTITUTO SCOLASTICO PARITARIO G. MAZZINI
Treviso	LICEO STATALE A. CANOVA
Venezia	I.I.S. BENEDETTI-TOMMASEO DI VENEZIA
Venezia	I.T.T. E.FERMI
Verona	I.T.T SAN ZENO
Verona	FIGLIE DEL SACRO CUORE DI GESU - ISTITUTO SEGHETTI
Verona	LICEO STATALE SCIPIONE MAFFEI

Vicenza	I.I.S. ALMERICO DA SCHIO
Vicenza	LICEO PIGAFETTA
Vicenza	I.T.I.S. A. ROSSI
Vicenza	ISTITUTI SCOLASTICI CARD. C. BARONIO
Vicenza	ISTITUTO FARINA

Scuole Secondarie di Primo Grado

Comune	**Scuola**
Rovigo	I.I.S. E. DE AMICIS
Rovigo	ISTITUTO DI OCCHIOBELLO AMENDOLA
Rovigo	ISTITUTO COMPRENSIVO DI ARIANO NEL POLESINE