

***Web Reputation* e comportamenti rischiosi online. L'esperienza dei giovani lombardi**

Piermarco Aroldi, Giovanna Mascheroni, Nicoletta Vittadini

***Web Reputation* e comportamenti rischiosi online. L'esperienza dei giovani lombardi**

Piermarco Aroldi, Giovanna Mascheroni, Nicoletta Vittadini

Citare come:

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

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

Contatti e download:

www.corecomlombardia.it

<http://centridiricerca.unicatt.it/osscom>

Il Corecom Lombardia da anni pone particolare attenzione alla tutela dei minori e alla dignità della persona declinata sui new media. Sulla base delle esperienze maturate e grazie alla sua particolare funzione di prossimità territoriale, il Corecom Lombardia ha recepito la coerenza di un'azione significativa e la necessità di trovare soluzioni concrete per aiutare i cittadini, con particolare attenzione ai più deboli, in un ambito così sensibile.

Il primo luglio 2014 il Corecom Lombardia ha quindi istituito lo Sportello Help Web Reputation Giovani, servizio unico a livello europeo per i cittadini, nell'ambito della sua delega Agcom relativa alla tutela dei minori e sulla scorta delle iniziative della stessa Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni che negli ultimi anni ha esteso la propria attività di sensibilizzazione e analisi anche al Web, data la pervasività e rilevanza che ormai i new media rivestono, specialmente tra i giovani.

Al fine di fare il punto nel modo più circostanziato possibile sullo stato dell'arte della web reputation tra i cittadini lombardi, così da poter anche parametrare e aggiornare i propri interventi alle esigenze in continuo mutamento dei giovani alle prese con il web, il Corecom Lombardia ha chiesto ad OssCom di realizzare questa ricerca.

Partendo anche da tale analisi e quindi da un solido supporto scientifico si intende sensibilizzare sulla tematica e rafforzare sempre più le azioni di intervento a livello regionale e nazionale. L'auspicio è che questo modello possa essere mutuato come best practice dal maggior numero di regioni possibile, così da coprire quanto più possibile il territorio nazionale.

Queste le ragioni principali che hanno indotto il Corecom Lombardia, a due anni dall'apertura dello Sportello Help Web Reputation Giovani, ha realizzare una ricerca puntuale al fine di ribadire l'impellenza di interventi, sul modello di questo progetto pilota di successo, contro il cyber bullismo e a tutela dei minori sul web a beneficio dei cittadini che devono sempre rappresentare la stella polare per le istituzioni.

La Presidente
Federica Zanella

Web Reputation e comportamenti rischiosi online. L'esperienza dei giovani lombardi

Introduzione: esperienza online e web reputation dei più giovani

I maggiori progetti di ricerca sviluppati in Europa nel corso degli ultimi sei anni sull'uso delle tecnologie digitali da parte di bambini e adolescenti (EU Kids Online e Net Children Go Mobile) concordano nell'individuare alcuni punti di attenzione. L'esperienza di bambini e adolescenti è caratterizzata, innanzitutto, dal fatto di crescere in ambienti mediali convergenti che forniscono loro risorse per la costruzione identitaria, la socializzazione, l'apprendimento e la partecipazione. I siti di Social Network (SNS) e la più ampia categoria dei *social media* costituiscono, in questa prospettiva, le piattaforme web privilegiate dai preadolescenti e dagli adolescenti.

L'accesso a queste risorse è, però, sempre più spesso reso possibile da tecnologie personali e mobili come i tablet e gli smartphone, e di conseguenza è fortemente individualizzato. Questa 'individualizzazione mobile' dell'esperienza online intensifica e trasforma alcuni tipici rischi di internet (cyberbullismo, sexting, violazione della privacy) che i ragazzi percepiscono come particolarmente minacciosi per la loro *web reputation*; in particolare, non è infrequente che lo smartphone sia usato per accedere a profili e dati personali, per appropriarsi delle identità digitali altrui, danneggiandone l'immagine online, o per scattare foto inappropriate poi condivise sui *social media* per ridicolizzare, offendere o ricattare le vittime.

In questo contesto la *web reputation* costituisce un tema rilevante anche per i più giovani. Se, infatti, il termine *web reputation* viene abitualmente utilizzato nei dibattiti sull'impatto dei social network nella comunicazione di aziende, istituzioni, personaggi pubblici – per i quali la reputazione costituisce un aspetto importante da cui possono dipendere gli esiti delle attività economiche, politiche e istituzionali – bisogna riconoscere che, nella fase di passaggio dall'infanzia all'adolescenza, la reputazione rappresenta un elemento importantissimo.

Se sostituiamo il termine reputazione con la sua definizione di «stima e considerazione in cui si è tenuti dagli altri» (Treccani) appare più evidente come l'interesse per la propria reputazione sia presente fino dai primi momenti di socializzazione, anche in quegli spazi di aggregazione e relazione mediati dalla tecnologia che definiamo *social media*. La reputazione online, infatti, è innanzitutto una componente della costruzione della propria 'identità-in-relazione': quella parte di identità che chiede il riconoscimento da parte degli altri e implica l'attribuzione di una valutazione condivisa, fatta di rappresentazioni positive e negative che influenzano le interazioni con la rete sociale in cui si è immersi (Donatiello 2015). Questa valutazione ha effetti

importanti sull'equilibrio delle relazioni sociali e, in particolare, sull'inclusione o esclusione dal gruppo.

La gestione di tale immagine da parte dei più giovani è particolarmente rilevante proprio perché, all'interno dei *social media*, essi si muovono in quello che è stato definito l'*expressive internet* (Tufecki 2007): quella parte della rete in cui le attività dominanti sono di tipo espressivo e relazionale, e non funzionale o informativo.

La costruzione della propria immagine online è, quindi, importante, e i preadolescenti e gli adolescenti – magari senza la consapevolezza di stare curando la propria *web reputation* – le dedicano molta attenzione.

Si tratta, inoltre, di una gestione particolarmente complessa e difficile perché tale immagine si compone di tracce *volontarie* (quanto i minori scrivono online), *involontarie* (le tracce lasciate dai loro passaggi su siti web, ad esempio) e *subite* (quanto gli altri scrivono di loro sui loro profili). In questo territorio espressivo mediato, l'identità digitale è stata, infatti definita una forma di *wiki identity* (Mallan, Giardina 2009; Papacharissi 2011).

Il controllo della propria immagine digitale deve comprendere, dunque, anche il monitoraggio delle azioni degli altri: per esempio, di quei contatti che contribuiscono in modo attivo alla reputazione altrui postando contenuti sui loro profili, oppure attraverso il *tagging* o, ancora, attraverso commenti ai singoli post. Questa necessità di controllo impone non soltanto una particolare attenzione 'preventiva' rispetto alle proprie attività online, ma soprattutto azioni di tipo 'reattivo', come la cancellazione di amici o l'eliminazione di commenti e *tag* a tutela di quella che possiamo definire *expressive privacy* (Vittadini 2012).

Obiettivi e metodologia della ricerca

In questo scenario, la ricerca denominata '*Web Reputation e comportamenti rischiosi online. L'esperienza dei giovani lombardi*', realizzata da OssCom – Centro di ricerca sui media e la comunicazione dell'Università Cattolica – per il Corecom Lombardia, ha inteso aumentare la conoscenza dell'esperienza che i giovani lombardi realizzano quotidianamente online concentrando l'attenzione sulle piattaforme di *social media* più frequentate e sulle pratiche comunicative più diffuse, anche al fine di individuare i comportamenti più rischiosi e le strategie più efficaci nella gestione della reputazione online.

La ricerca ha adottato una metodologia quantitativa sulla base di un campione di 500 intervistati, rappresentativi, dal punto di vista sociodemografico, della popolazione lombarda tra gli 11 e i 18 anni, utente abituale di Internet.

La survey è stata condotta mediante interviste online (CAWI) e integrata con interviste *face to face* (CAPI) mediante un questionario volto a rilevare le pratiche d'uso dei *social media*, le modalità di costruzione del proprio profilo, le informazioni personali condivise, i rischi incontrati nel corso dei 12 mesi precedenti, le forme di intervento e di mediazione sociale cui si fa ricorso per far fronte alle minacce nei confronti della propria *web reputation*.

La traccia del questionario e lo schema di campionamento sono riportati integralmente in appendice a questo rapporto.

Oltre alla variabile sociodemografica dell'età e del genere, il campionamento ha tenuto conto della distribuzione territoriale e della stratificazione sociale, così da restituire una fotografia attendibile dell'intera regione nelle sue diversità territoriali su base provinciale così come dei diversi contesti sociali, rilevati attraverso gli indicatori del titolo di studio e della condizione lavorativa del capofamiglia e del tipo di scuola frequentato.

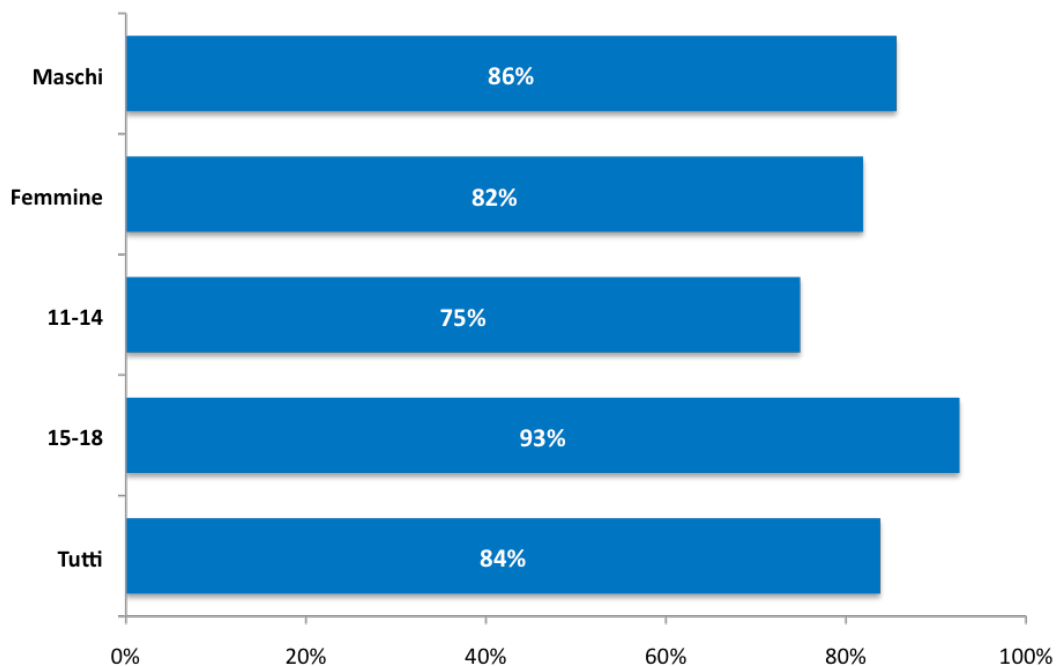
Ciononostante, le variabili che si sono rilevate più significative nel contribuire a dare forma ai comportamenti online dei giovani lombardi e della qualità della loro esperienza sul web sono fondamentalmente quelle di genere e di età, cui si farà principalmente riferimento nell'esposizione dei dati.

Per brevità e chiarezza, nel corso di questo report il sottocampione dei ragazzi tra gli 11 e i 14 anni sarà definito come 'preadolescenti', mentre il sottocampione compreso tra i 15 e i 18 anni sarà definito 'adolescenti'.

L'uso dei social media

L'uso dei *social media* è particolarmente diffuso tra i giovani lombardi che accedono a Internet; infatti, l'84% degli utenti tra gli 11 e i 18 anni ha un profilo su un sito di social network, con una percentuale maggiore fra gli adolescenti (93%, contro il 75% dei preadolescenti), e fra i maschi (86%, contro il 82% delle ragazze).

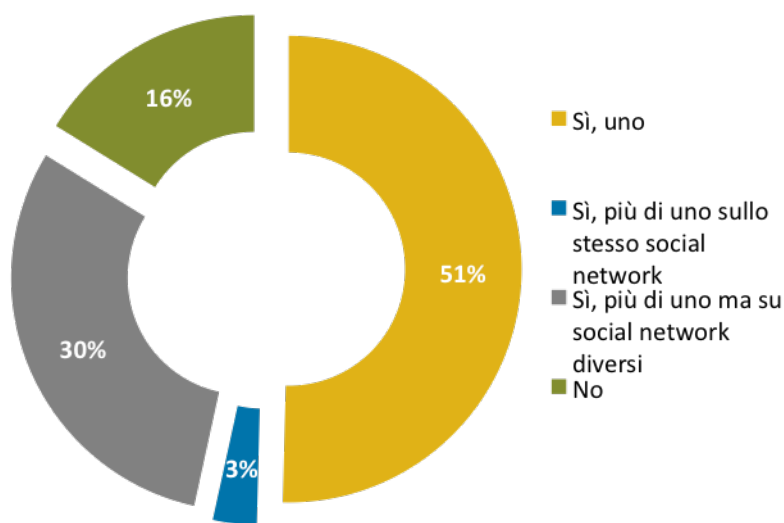
Grafico 1: Diffusione dei SNS presso i giovani lombardi



Q1 Hai un tuo profilo/account su un sito di social network (es. Facebook, Twitter, etc.) che attualmente utilizzi? E, se hai un profilo/account, ne hai uno solo o più di uno?

La maggior parte degli utenti (51%) ha un solo profilo, ma quasi un terzo ha più profili su diverse piattaforme (30%), a testimonianza della rilevanza di questi ambienti digitali per i giovani e della pluralità di forme che assume la loro esperienza online. Bisogna, per contro, osservare che solo il 3% afferma di avere più profili diversi sullo stesso SNS, a riprova che il profilo online tende a rispecchiare l'identità personale offline, e che è molto più frequente replicare tale identità in ambienti digitali diversi piuttosto che moltiplicare più identità – eventualmente fittizie – in un medesimo ambiente.

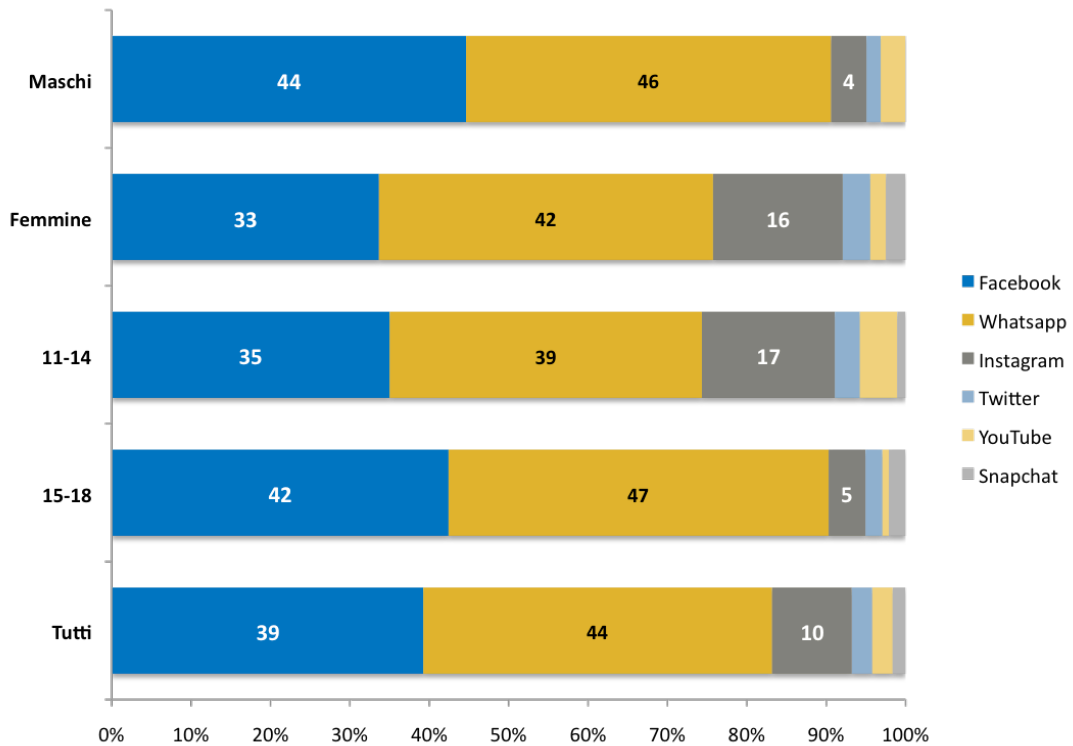
Grafico 2: Numero di profili/account su diversi SNS



Q1 Hai un tuo profilo/account su un sito di social network (es. Facebook, Twitter, etc.) che attualmente utilizzi? E, se hai un profilo/account, ne hai uno solo o più di uno?

I tre social network più diffusi sono WhatsApp (44%), Facebook (39%) e Instagram (10%), ma la loro preferenza risente di alcune variabili socio-demografiche. Se WhatsApp è comunque l'applicazione social più utilizzata in assoluto, Facebook resta ancora molto popolare fra i maschi (44% lo indica come il profilo usato più spesso, contro il 33% delle femmine) e gli adolescenti (42%, contro il 35% di chi ha meno di 14 anni). Instagram invece è più frequente fra le femmine (16%) e i preadolescenti (17%).

Grafico 3: Le piattaforme di Social Network più diffuse



Q2 Su quale social media è il profilo/account che usi più spesso?

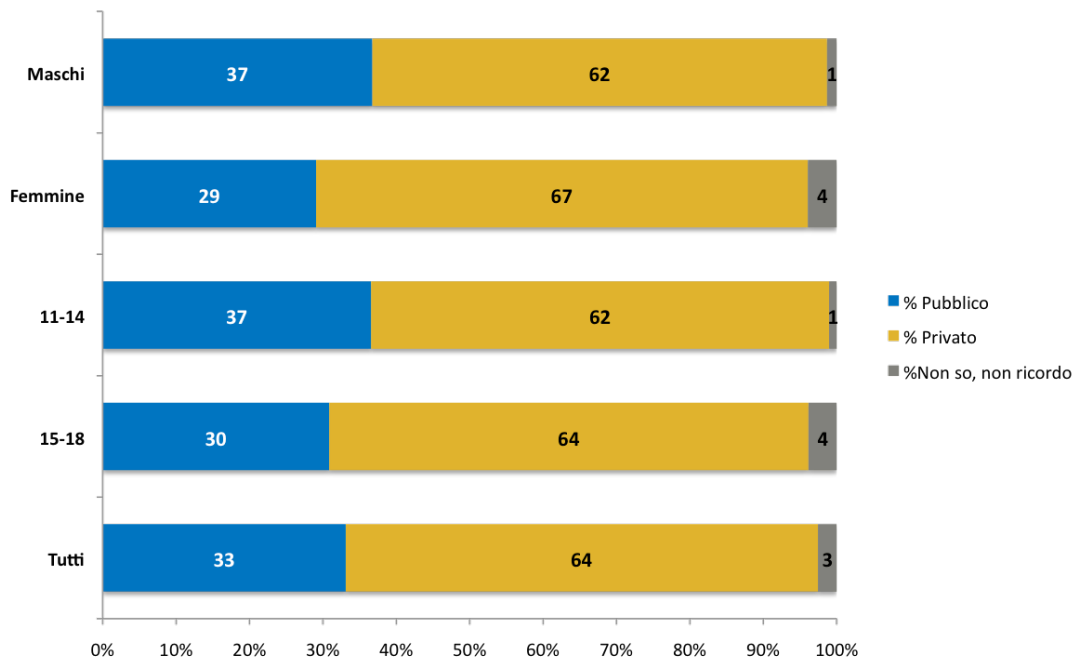
Il profilo: pubblico o privato?

Le modalità di impostazione del profilo individuale su una piattaforma di SNS costituiscono una variabile fondamentale nel qualificare l'esperienza online dell'utente, in modo particolare per quanto riguarda l'opzione tra 'pubblico' (visibile a tutti gli altri utenti) e 'privato' (visibile ai soli 'amici') e la tipologia delle informazioni personali messe a disposizione (Livingstone, Mascheroni, Murru 2011).

Nel caso dei giovani lombardi utenti di Internet, quasi due terzi degli intervistati hanno un profilo privato (64%), mentre il restante terzo ha un profilo pubblico (33%); pochi sono invece coloro che dimostrano scarsa consapevolezza rispetto a questo tema, al punto di non sapere o non ricordarsi come è stato impostato il profilo (3%).

Anche in questo caso età e genere costituiscono un elemento di differenziazione, dal momento che la percentuale di chi ha un profilo pubblico è maggiore fra i maschi (37%) e i preadolescenti (37%).

Grafico 4: Impostazione pubblica o privata del profilo



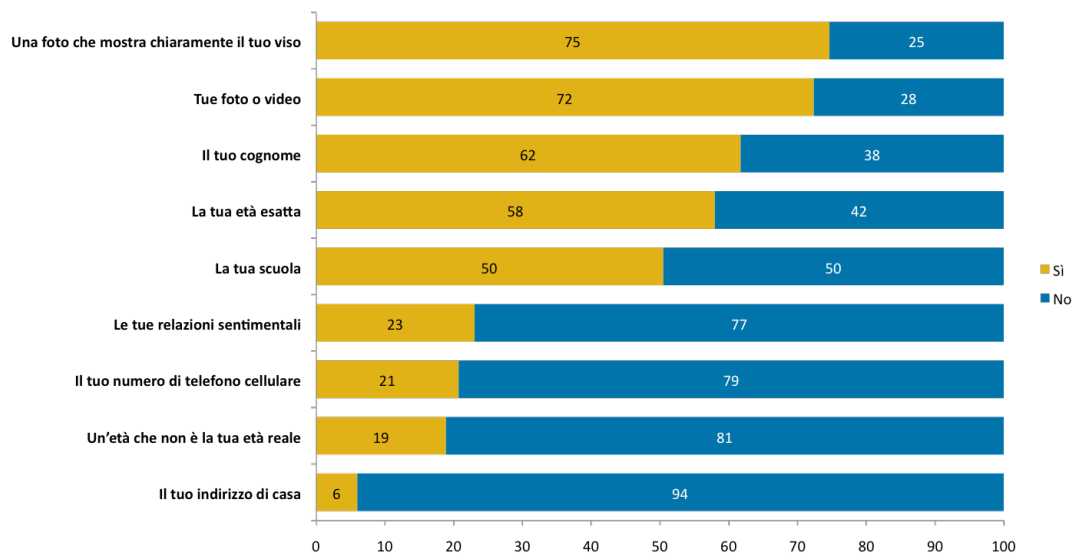
Q3 Pensando ai social network che utilizzi, il tuo profilo è impostato come...?

Le informazioni condivise sul profilo dalla maggioranza degli intervistati includono: una foto che mostra chiaramente il proprio volto (75%), foto o video personali (72%), il cognome (62%), l'età vera (58%). La metà degli intervistati condivide la scuola frequentata.

I giovani lombardi sembrano più riservati e prudenti rispetto ad altre informazioni, come le relazioni sentimentali (solo il 23% di intervistati include questa informazione nel proprio profilo), il numero di telefono cellulare (21%), e l'indirizzo di casa (6%).

Tendenzialmente gli adolescenti mostrano una maggiore propensione alla *self-disclosure*, con la significativa eccezione del numero di cellulare (18% contro la media del 21%), mentre i preadolescenti si rivelano un po' più prudenti (con la rilevante circostanza del dato relativo alla propria età, che è apertamente dichiarata solo dal 43% degli intervistati contro la media del 58%, probabilmente anche per aggirare il limite dei 13 anni richiesto all'iscrizione dei SNS). In modo analogo le ragazze tendono a condividere meno informazioni personali rispetto ai loro coetanei maschi.

Grafico 5: Informazioni presenti nel profilo personale



Q4 Quali delle seguenti informazioni sono incluse nel tuo profilo/account sui social media?

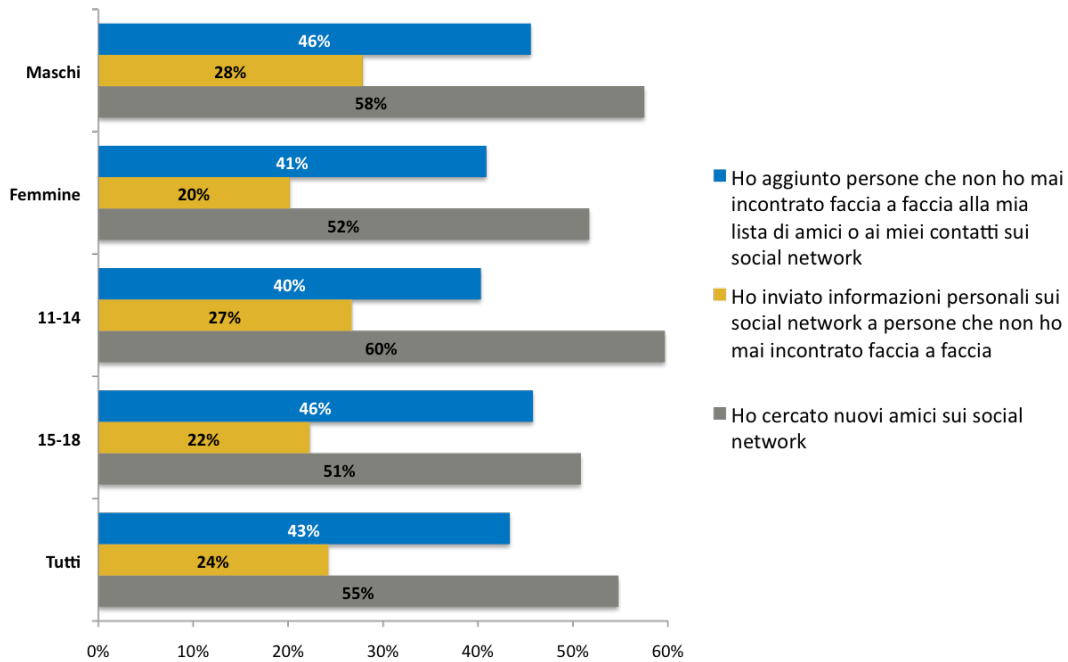
Usi relazionali dei *social media* e *risky communication*

Tra gli usi relazionali dei *social media* maggiormente testimoniati in letteratura, due sono le funzioni generali più frequenti: per mantenere e consolidare le relazioni già esistenti offline o per ampliare ed estendere la propria rete di relazioni (sia online che offline); se entrambe sono molto diffuse tra i giovani, le pratiche ispirate alla seconda funzione possono esporre più facilmente a rischi (Livingstone, Mascheroni, Murru 2011; Mascheroni, Ólafsson 2015).

È dunque interessante il grado di diffusione di tali pratiche (definibili come *risky communication*) tra i giovani lombardi; in particolare risulta che nel corso dell'ultimo anno il 55% degli intervistati ha cercato nuovi amici sui social network, poco meno della metà (43%) ha aggiunto alla propria lista di contatti persone che non avevano incontrato faccia a faccia (tipicamente non si tratta propriamente di sconosciuti ma di 'amici di amici'), mentre un quarto dei giovani (24%) ha inviato informazioni personali a persone che non avevano mai incontrato faccia a faccia.

I maschi e i preadolescenti sono più propensi a usare i social network per allargare la propria cerchia di amicizie, mentre le ragazze sono più riservate e più prudenti. Come risulta evidente dal grafico seguente, infatti, la *risky communication* è leggermente più diffusa tra i preadolescenti rispetto agli adolescenti e tra i maschi rispetto alle femmine.

Grafico 6: Diffusione delle forme di *risky communication*



Q5 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?

La gestione della *web reputation*:

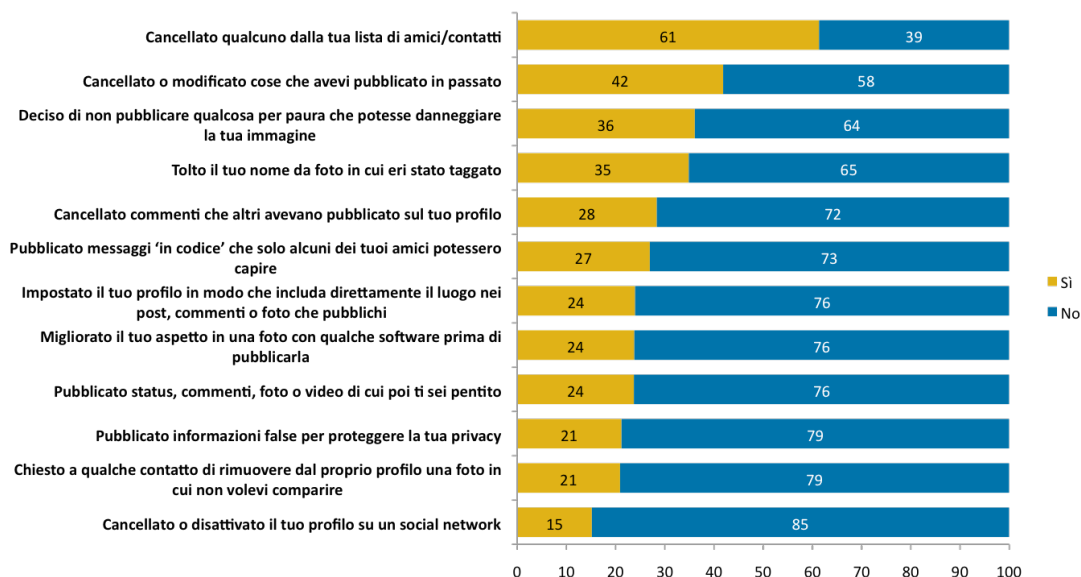
Alla costituzione della propria reputazione sul web concorrono sia informazioni direttamente messe a disposizione dall'utente, sia informazioni che lo riguardano condivise pubblicamente da altri utenti, anche a sua insaputa. La gestione di tale reputazione (definibile come *web reputation management*) implica dunque sia l'esercizio di un controllo strategico sulle informazioni che l'utente decide di condividere, sia il monitoraggio e l'intervento nei confronti delle informazioni messe a disposizione da altri utenti. La gestione della propria *web reputation* può avere, inoltre, carattere preventivo, finalizzata a produrre una buona impressione di sé (per esempio, intervenire con il fotoritocco sulle proprie immagini fotografiche, ma anche autocensurare o nascondere qualche informazione), sia carattere correttivo o reattivo (per esempio la cancellazione di commenti lasciati da altri utenti o, in modo ancora più drastico, la cancellazione di uno o più contatti).

In generale i giovani lombardi si dimostrano abbastanza attivi nella gestione 'correttiva' della propria *web reputation*: la pratica più diffusa riguarda la gestione della propria lista di contatti, con la cancellazione di amici o contatti non più desiderabili (61%); il 42% degli intervistati ha cancellato o modificato cose che aveva pubblicato in passato, il 35% ha tolto il suo nome da foto in cui era stato *taggato* da altri, e il 26% ha cancellato commenti che altri avevano pubblicato sul suo profilo.

Per quanto riguarda la gestione della reputazione attraverso l'adozione di misure preventive, vale la pena notare che il 36% degli intervistati ha deciso di non pubblicare qualcosa per paura che potesse danneggiare la sua immagine, il

27% ha pubblicato messaggi in codice che solo alcuni amici potessero capire e il 24% ha migliorato il proprio aspetto in una foto con qualche software. Più rare altre pratiche, fino alla decisione di disattivare il profilo sul SNS (15%).

Grafico 7: Diffusione delle pratiche di *web reputation management*



Q6 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?

Ancora una volta, le differenze di età e di genere consentono di articolare meglio il dato; le ragazze tendono a mettere in atto un management più attento alla propria immagine rispetto ai ragazzi, soprattutto per quanto riguarda attività quali la modifica di contenuti già pubblicati (46% vs. 38%), la cancellazione di contatti indesiderati (64% vs. 59%), il miglioramento del proprio aspetto col fotoritocco (28% vs. 20%); i preadolescenti, d'altro canto, si dimostrano più attenti degli adolescenti alle gestione della propria immagine migliorando le fotografie (30% vs. 19%), ma anche pubblicando messaggi in codice (30% vs. 25%) o pubblicando informazioni false (come un'età non vera) per proteggere la propria privacy (26% vs. 17%).

I rischi: bullismo, sexting, abuso dei dati personali

La tradizione di ricerca sulla qualità dell'esperienza online dei più giovani si è concentrata in modo particolare sulla dimensione del rischio; la letteratura, come è noto, evidenzia una tipologia di rischi particolarmente diffusi tra cui, in genere, predominano il cyberbullying, il sexting e l'abuso dei propri dati personali (a partire dal furto di identità).

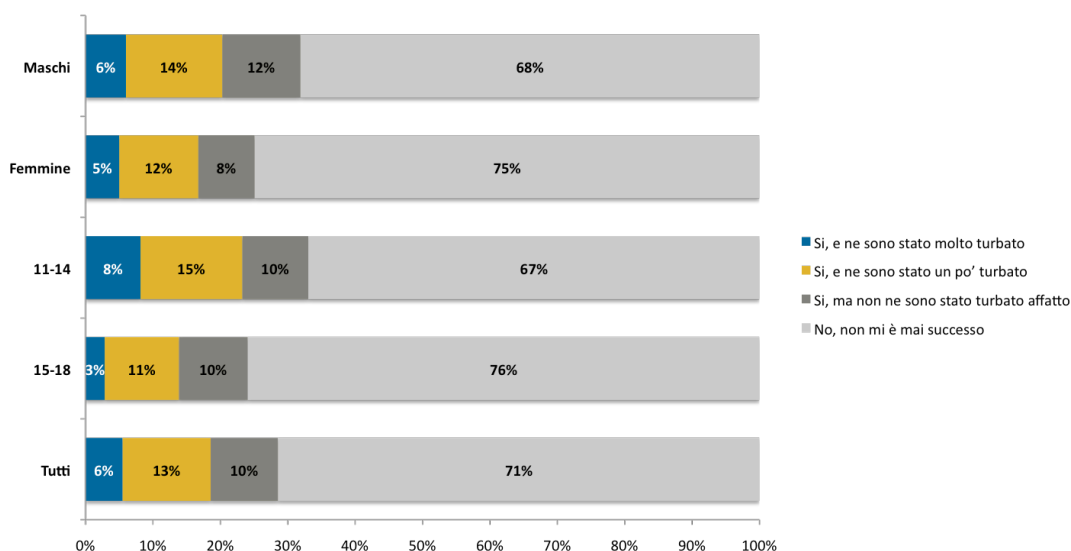
Tra la dimensione del rischio online e la *web reputation* il legame è particolarmente significativo; da una parte, infatti, uno dei principali danni che l'utente può subire da pratiche di cyberbullying, sexting o furto di identità è

esattamente un danno di immagine pubblica che può compromettere seriamente sia la sua *web reputation* che la sua reputazione personale; dall'altra, è ipotizzabile che determinate strategie di gestione della propria *web reputation* possano influire, negativamente o positivamente, sul grado di rischio cui l'utente va incontro; le strategie correttive, infine, possono facilmente essere indotte da una reazione (individuale o contestuale) al rischio percepito o sperimentato online.

In questa sezione del rapporto si restituiscono i dati relativi ai rischi maggiormente sperimentati, anche in base alle principali differenze sociodemografiche. In sintesi, il rischio più diffuso è rappresentato dal bullismo (sia offline che online), sperimentato nell'anno precedente l'intervista dal 29% degli intervistati, seguito dal sexting (23%) e dall'abuso dei dati personali, con percentuali variabili a seconda delle sue diverse forme (da un massimo di 25% a un minimo di 3%).

Il bullismo offline è ancora più diffuso di quello online, dal momento che il 46% delle vittime (pari al 13% degli intervistati) indica questa modalità, ma va notato che il cyberbullying è diffuso su tutte le piattaforme di SNS, seppure con percentuali differenti: il 36% delle vittime lo ha sperimentato su Facebook, il 27% su WhatsApp e il 19% tramite chiamate e SMS sul proprio cellulare. Il bullismo continua a essere il rischio più dannoso: i due terzi delle vittime (pari al 19% degli intervistati) si dicono 'abbastanza' o 'molto' turbati da quest'esperienza, e – come si vedrà – queste percentuali sono particolarmente rilevanti tra i preadolescenti.

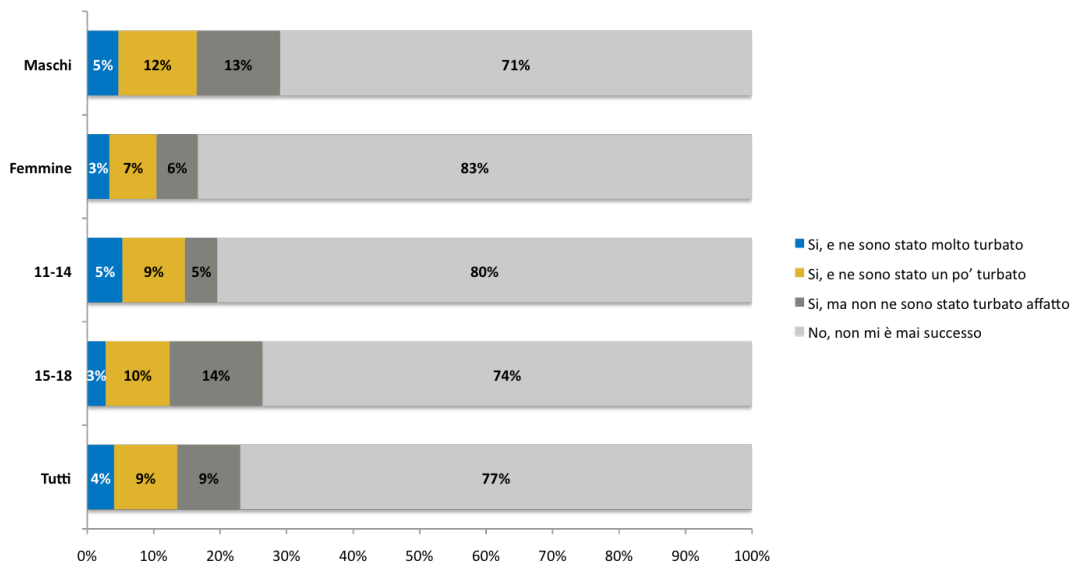
Grafico 8: Diffusione del rischio di bullismo



Q7 Bullismo: negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo?

Per quanto riguarda il sexting, le piattaforme più pericolose sono Facebook (53% delle vittime pari al 12% degli intervistati) e WhatsApp (rispettivamente 35% e 9%); seguono, a distanza, le altre piattaforme (Instagram, 11% e 3%) o dispositivi (cellulare 9% e 2%). Poco meno dei due terzi delle vittime di sexting (pari al 13% degli intervistati) si dichiarano 'abbastanza' o 'molto' turbati dall'esperienza.

Grafico 9: Diffusione del rischio di sexting



Q9 Sexting: negli ULTIMI 12 MESI, hai ricevuto messaggi sessuali di questo tipo (potrebbero essere parole, immagini o video)? Se sì, quanto ti ha turbato quello che è successo?

Tra le forme di abuso dei dati personali quella più diffusa è la *tag* indesiderato su foto rese pubbliche da altri utenti (25%) e, a scalare, la pubblicazione indesiderata di proprie immagini fotografiche (12%), l'uso o la diffusione di informazioni personali da parte di altri (rispettivamente 9% e 6%), il furto di identità (6% su smartphone, 4% su SNS). Infine, una minoranza di intervistati dichiara anche di aver avuto problemi a scuola (5%) o in famiglia (3%) a causa di informazioni condivise imprudentemente con altri.

Tabella 1: Diffusione e incidenza del rischio di abuso di dati personali

	Tutti	15-18	11-14	Femmine	Maschi
Sei stato taggato in una foto in cui non volevi comparire	25%	30%	20%	26%	25%
Hai trovato online una tua foto che non volevi che fosse pubblicata	12%	14%	11%	13%	12%
Qualcuno ha utilizzato le tue informazioni personali in un modo che ti ha dato fastidio	9%	7%	11%	8%	10%
Qualcuno ha fatto circolare sui social media delle false informazioni sul tuo conto	6%	6%	6%	6%	7%
Qualcuno ha utilizzato la tua password/ha usato il tuo telefono per accedere alle tue informazioni o per prendere il tuo posto/ fingersi te	6%	6%	7%	5%	7%
Qualcuno ha creato un falso profilo a tuo nome fingendo di essere te	4%	2%	5%	3%	4%
Hai pubblicato qualcosa che ti ha creato problemi a scuola	5%	5%	5%	3%	7%
Hai condiviso informazioni sensibili causando problemi a te o alla tua famiglia	3%	3%	2%	2%	4%

Q11 Negli ULTIMI 12 MESI, quale di queste cose ti è capitata su internet/sul tuo smartphone?

Dal punto di vista delle principali variabili sociodemografiche, gli episodi di bullismo sono più frequenti fra i maschi (32% contro il 25% delle femmine) e fra i preadolescenti (33% contro il 24% degli adolescenti); se in generale due vittime su tre si dichiarano molto o abbastanza turbate, è da segnalare che questa proporzione è anche maggiore tra i preadolescenti e tra le femmine.

Anche gli stili d'uso della rete influiscono su questo dato, dal momento che i maschi hanno più probabilità delle femmine di essere vittime di bullismo faccia a faccia (51% vs. 40% delle vittime) o su Facebook (39% vs. 32% delle vittime), mentre le femmine risultano più esposte al rischio sulle altre piattaforme come WhatsApp (28% delle vittime rispetto al 26% dei maschi), tramite chiamate o SMS sul proprio cellulare (22% vs. 16% delle vittime), Instagram (10% vs. 6%) e Ask.fm (8% vs. 4%).

In modo analogo, i preadolescenti sono particolarmente esposti al bullismo offline, agito faccia a faccia (59% delle vittime di questo tipo di bullismo rispetto al 29% degli adolescenti), a riprova di una particolare sensibilità dei ragazzi di questa classe di età alla dimensione dell'aggressività e della conflittualità. La diversa penetrazione delle piattaforme vista precedentemente si conferma, poi, nella distribuzione degli episodi di cyberbullying, che per gli adolescenti si concentrano su Facebook (41% delle vittime vs. 32% registrato dai preadolescenti), mentre per i preadolescenti WhatsApp si rivela una piattaforma quasi altrettanto pericolosa (30% delle vittime vs. 24% degli adolescenti).

Tabella 2: Incidenza del rischio di bullismo sui principali SNS

	Maschi	Femmine	11-14	15-18	Tutti coloro che hanno subito bullismo
Di persona faccia a faccia	51%	40%	59%	29%	46%
Su Facebook	39%	32%	32%	41%	36%
Su Whatsapp	26%	28%	30%	24%	27%
Con chiamate o messaggi di testo (SMS) al mio cellulare	16%	22%	22%	14%	19%
Su Instagram	6%	10%	7%	8%	8%
Su Ask.fm	4%	8%	4%	8%	6%
Su Twitter	5%	2%	2%	5%	4%
Su YouTube	5%	2%	4%	3%	4%
In un sito web di giochi	5%		4%	2%	3%
Su Snapchat	3%	2%	2%	2%	2%
Su Tumblr	1%		1%		1%

Q8 Bullismo: se qualcuno si è comportato con te in questo modo, dove è successo?

Base: Tutti gli intervistati che hanno subito bullismo

Tabella 3: Incidenza del rischio di sexting sui principali SNS

	Maschi	Femmine	11-14	15-18	tutti i ragazzi che hanno ricevuto sexting
Su Facebook	54%	50%	50%	55%	53%
Su Whatsapp	34%	38%	31%	38%	35%
Su Instagram	11%	13%	25%	2%	11%
Su Ask.fm	7%	8%	6%	8%	7%
In un sito web di giochi	5%	5%	4%	6%	5%
Con chiamate o messaggi di testo (SMS) al mio cellulare	12%	3%	13%	6%	9%
Su Snapchat	3%	3%	2%	3%	3%
Su Twitter	8%	3%	4%	8%	6%
Su YouTube	1%		2%		1%
Su Tumblr	1%		2%		1%

Q10 Sexting: e se hai ricevuto messaggi di questo genere, come è successo?

Base: Tutti gli intervistati che hanno subito sexting

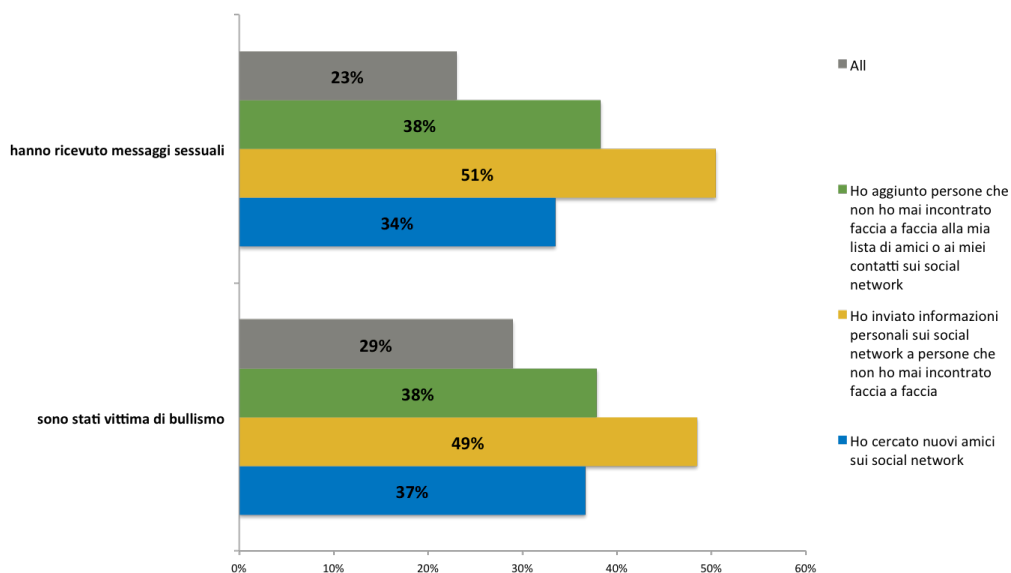
Per quanto riguarda il rischio sexting, esso è più diffuso tra i maschi (29%) che tra le femmine (17%) e tra gli adolescenti (26%) che tra i preadolescenti (20%); vale però la pena notare che, tra le vittime, quelle che dichiarano di essere rimaste molto o un po' turbate sono in percentuale maggiore tra i preadolescenti (quasi tre su quattro) e tra le femmine (quasi due su tre), mentre

i maschi e gli adolescenti sembrano essere rimasti meno turbati. Infine, le piattaforme più pericolose sono Facebook e WhatsApp (con, rispettivamente, il 53% e il 35% delle vittime).

Per quanto riguarda l'abuso dei dati personali, nella Tabella 1 di p. 12 è opportuno osservare anche che la variabile di genere non sembra particolarmente significativa, se non per l'indicatore relativo alla pubblicazione online di contenuti che hanno creato problemi a scuola (in questo caso la percentuale è del 7% per i maschi contro il 3% per le femmine). Più significativa, invece, è la variabile d'età, dal momento che le due forme di abuso più diffuse, peraltro entrambe connesse all'uso delle fotografie, vedono gli adolescenti più esposti dei preadolescenti (rispettivamente 30% vs. 20% per il *tagging* indesiderato e il 14% vs. 11% per la pubblicazione indesiderata di una propria foto); viceversa, l'uso negativo delle proprie informazioni personali da parte di altri utenti riguarda l'11% dei preadolescenti contro solo il 7% degli adolescenti.

Infine, per quanto riguarda le altre variabili socio demografiche, varrà la pena notare come, a conferma di quanto emerso nelle ricerche di EU Kids Online, le condizioni socioeconomiche – rilevate in questa survey solo indirettamente attraverso l'indicatore del titolo di studio del capofamiglia e il tipo di scuola frequentata dall'intervistato – sembrano incidere poco sulla probabilità di rischio.

Grafico 10: Diffusione del rischio di bullismo e sexting in base al livello di istruzione del capofamiglia



Q7 Bullismo: negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo?

Q9 Sexting: negli ULTIMI 12 MESI, hai ricevuto messaggi sessuali di questo tipo (potrebbero essere parole, immagini o video)? Se sì, quanto ti ha turbato quello che è successo?

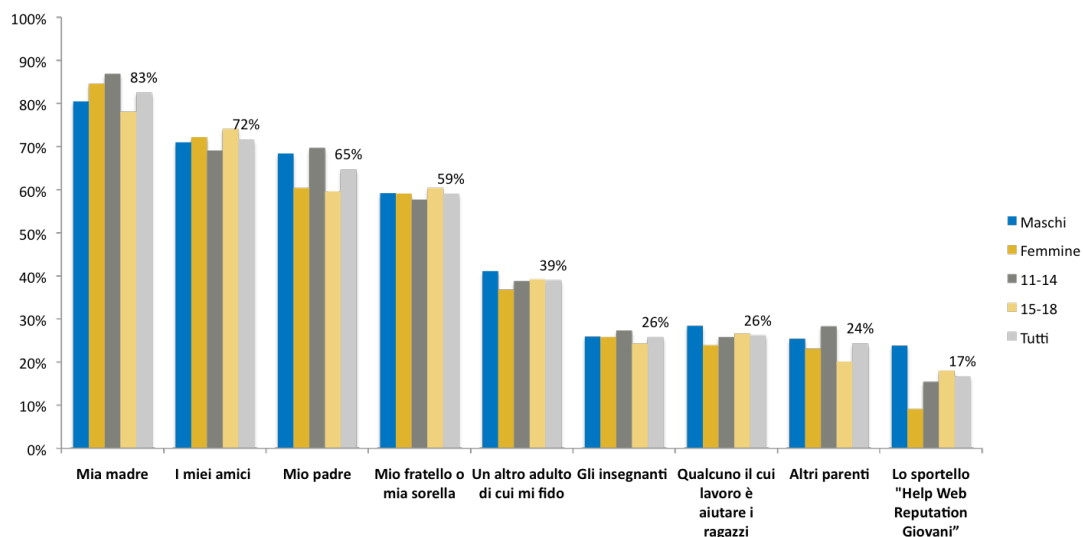
Tale incidenza, inoltre, pare minore per i giovani appartenenti alle fasce medie, di poco maggiore per i giovani di status più basso, e più elevata per coloro che appartengono agli strati più alti: così i figli di genitori con livello di istruzione alto sono anche quelli più spesso vittime di bullismo, insieme agli studenti delle scuole medie, dell'istituto tecnico e a quelli che non vanno più a scuola. Sempre i figli di genitori con un elevato titolo di studio hanno più probabilità di ricevere sexting.

Il coping: le risposte sociali

Quando hanno esperienze negative su internet, i ragazzi adottano una combinazione di strategie per far fronte alla situazione problematica e ridurre lo stress emotivo e psicologico (Vandoninck et al., 2013). «Fra queste, le risposte sociali, vale a dire la richiesta di aiuto e sostegno da altri, è ritenuta una delle strategie più efficaci» (Mascheroni, Ólafsson, 2015: 44).

Se dovessero fare un'esperienza su internet che li infastidisce o li turba, i giovani lombardi si rivolgerebbero alla madre (83%), agli amici (72%), al padre (65%), a fratelli e sorelle (59%). Seguono altri adulti significativi (39%), gli insegnanti o altri adulti incaricati di aiutare i giovani (26%), altri parenti (24%) e infine lo sportello Help Web Reputation Giovani (17%).

Grafico 11: Coping e risposte sociali



Q12 Se dovessi fare un'esperienza su internet o quando sei online con lo smartphone che ti infastidisce o che ti turba, quanto è probabile o improbabile che ne parli con le seguenti persone? (solo «molto» e «abbastanza»)

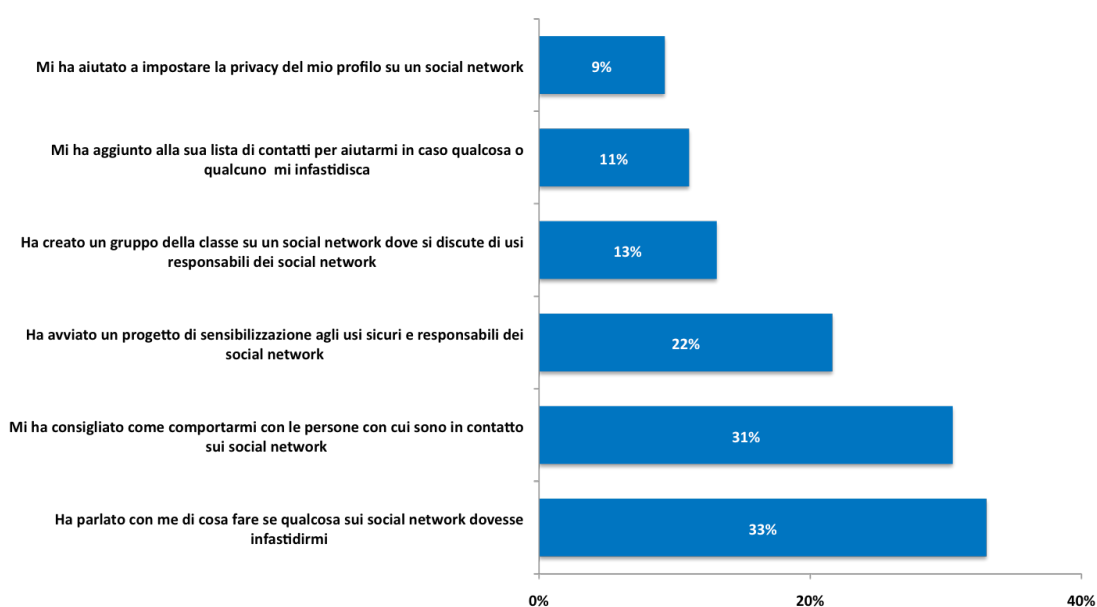
Anche in questo caso le variabili sociodemografiche risultano poco significative, fatto salvo per una maggiore predisposizione delle femmine a rivolgersi alla madre e dei maschi a rivolgersi al padre, pur nel medesimo ordine di preferenza. È interessante notare, però, una maggiore disponibilità dei maschi rispetto alle femmine a cercare aiuto al di fuori della famiglia, poco rilevante per quanto riguarda gli insegnanti ma molto più sensibile nei confronti di altri adulti di fiducia e, in modo particolare, di una realtà istituzionale come lo sportello Help Web Reputation Giovani, dove il valore percentuale (24%) è quasi il triplo rispetto a quello fatto segnare dalle femmine (9%).

La mediazione e la prevenzione scolastica

Come è stato osservato dalla letteratura scientifica in merito, «le esperienze online dei ragazzi sono sempre situate in un contesto sociale, dove la dimensione socio-culturale, tecnologica e politico-economica si intersecano e interagiscono» (Mascheroni, Ólafsson, 2015: 51). In questa prospettiva, oltre alla famiglia e al gruppo dei pari, è la scuola a rappresentare un ambito importante di mediazione dell'esperienza online dei ragazzi. Nello stesso tempo, l'accentuata individualizzazione e privatizzazione dell'accesso a Internet in mobilità hanno reso più difficile questa mediazione.

Gli insegnanti – seppure non costituiscano il primo punto di riferimento dei giovani per quanto riguarda la loro esperienza online – hanno la possibilità di influire preventivamente o in modo correttivo sulla qualità di tale esperienza e, di conseguenza, sono investiti di responsabilità crescenti.

Grafico 12: Mediazione scolastica



Q13 Qualcuno dei tuoi insegnanti ha avuto occasione di fare una di queste cose con te?

In questo quadro è interessante rilevare che i giovani rendono conto della presenza (seppur limitata) degli insegnanti lombardi su questo fronte: un terzo degli intervistati dichiara di aver ricevuto consigli dai propri insegnanti su come comportarsi con i contatti online (31%) e su cosa fare nel caso in cui qualcosa li turbasse o infastidisse su internet (33%), mentre più contenute sono le percentuali di chi riferisce di un progetto di sensibilizzazione sugli usi sicuri e responsabili dei SNS (22%) o di un lavoro – di gruppo o personalizzato – a supporto degli utenti meno consapevoli (dal 13% al 9%).

È inoltre possibile cogliere una correlazione positiva tra tutti gli indicatori relativi alla mediazione degli insegnanti e la probabilità di rischio sperimentata online; in altre parole, tra gli intervistati che dichiarano di aver subito un rischio online è maggiore la percentuale di chi ha ricevuto una forma di mediazione volta all'*internet safety* da parte degli insegnanti. Come già osservato in altre ricerche a proposito della mediazione genitoriale (Dürager, Livingstone 2012), è facile che queste forme di mediazione finalizzate alla sicurezza intervengano a posteriori, per ridurre il danno.

Per quel che riguarda il rischio di bullismo, le correlazioni più evidenti sono quelle con l'aiuto a impostare la privacy del profilo SNS e con la creazione di un gruppo classe in cui discutere di usi responsabili dei social network (rispettivamente il 63% e il 59 % vs. 29% di media); per il sexting, l'aiuto a impostare la privacy del profilo e l'aggiunta alla propria lista di contatti (53% e 52% vs. 23% di media); infine, per ciò che concerne l'abuso dei dati personali, la sua forma più diffusa – relativa al *tagging* indesiderato su foto altrui – è correlata più facilmente con l'aggiunta alla propria lista di contatti 42% vs. 25% di media). Occorre anche notare che le correlazioni più evidenti sono quelle con le forme di mediazione meno diffuse, quasi che queste ultime fossero davvero delle risposte contingenti a casi specifici.

Il dato, che può sembrare paradossale – dal momento che associa un maggior grado di rischio a una maggiore mediazione scolastica – è probabilmente da leggere nella prospettiva di un intervento a posteriori da parte degli insegnanti a vantaggio di coloro che, sia a titolo individuale che in una dimensione contestuale, sono (stati) maggiormente esposti ai rischi online.

Pratiche online, rischi e *web reputation management*

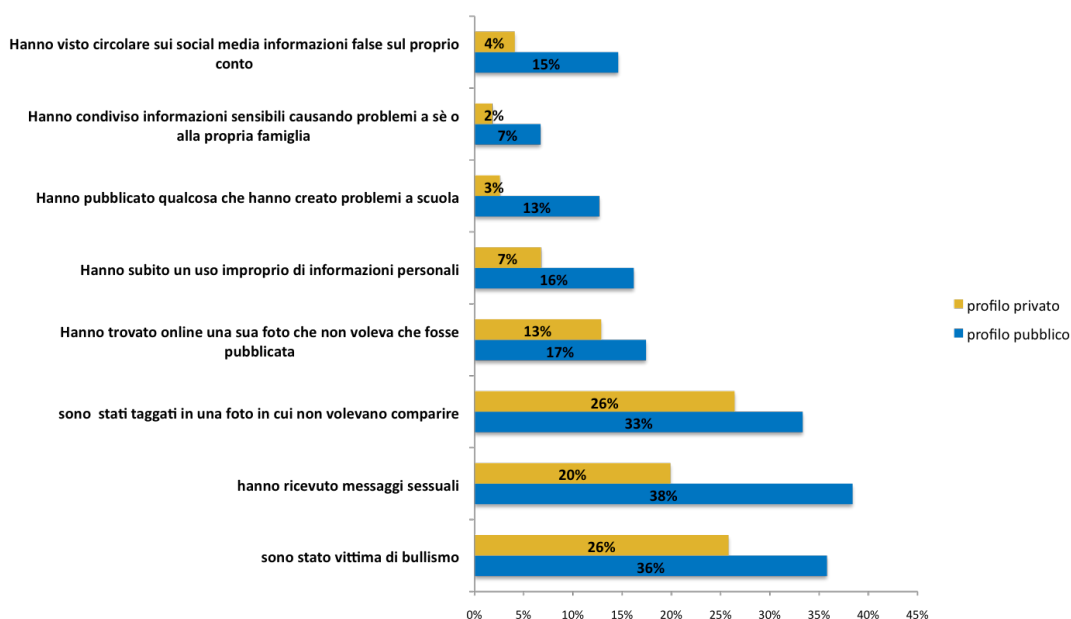
Per quanto riguarda i principali rischi rilevati – bullismo, sexting e abuso dei dati personali – è possibile osservare anche come l'assunzione di diversi comportamenti in termini di *self disclosure*, di *risky communication* e di *web reputation management* sia significativamente correlata con la sicurezza online. Seppure non sia possibile, a causa delle dimensioni del campione, individuare precisi nessi causali diretti (causa-effetto), è utile segnalare le principali correlazioni individuate, che sono comunque in grado di descrivere contestualmente la maggiore o minore probabilità di rischio incontrata dai diversi utenti. Sarà così possibile indicare le pratiche online che maggiormente espongono ai rischi, così come le strategie più diffuse per prevenirli o per porvi rimedio.

Rischi e self disclosure

Come è facile immaginare, c'è una correlazione positiva tra grado di pubblicità del proprio profilo e grado di rischio cui si va incontro, confermata da tutti gli indicatori usati dalla ricerca. All'impostazione 'pubblica' del profilo si accompagna una maggiore probabilità di aver sperimentato il rischio di bullismo (36% vs. 26% dell'impostazione 'privata'), di sexting (38% vs. 20% dell'impostazione 'privata') e di abuso dei dati personali, quest'ultimo in misura diversa a seconda della tipologia di abuso. Per esempio, il *tagging* indesiderato sale dal 26% di coloro che hanno un profilo privato al 33% di coloro che hanno un profilo pubblico; la pubblicazione indesiderata di una propria fotografia passa dal 13% al 17%; l'uso improprio e negativo delle informazioni personali da parte di altri utenti dal 7% al 16%.

In alcuni casi, il rischio è addirittura quasi cinque volte superiore, come per la pubblicazione di contenuti online che hanno creato problemi a scuola (13% vs. 2,6% dell'impostazione 'privata') o quasi quattro volte superiore, come nel caso di informazioni condivise che hanno creato problemi in famiglia (15% vs. 4%).

Grafico 13: Incidenza dei diversi tipi di rischio in base alla natura privata o pubblica del profilo



Q3 Pensando ai social network che utilizzi, il tuo profilo è impostato come...?

Q7 Bullismo: negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo?

Q9 Sexting: negli ULTIMI 12 MESI, hai ricevuto messaggi sessuali di questo tipo (potrebbero essere parole, immagini o video)? Se sì, quanto ti ha turbato quello che è successo?

Q11 Negli ULTIMI 12 MESI, quale di queste cose ti è capitata su internet/sul tuo smartphone?

Anche l'ampiezza e la tipologia delle informazioni presenti sul profilo sono correlate positivamente col grado di rischio sperimentato; se in generale vale la logica che la presenza di un'informazione personale aumenta il rischio, il dato più evidente è quello relativo all'indirizzo di casa, che si accompagna a una percentuale di rischio bullismo di quasi 30 punti superiore (56,5% vs. 27%) e a una percentuale di rischio sexting superiore di ben 45 punti percentuali (67% vs. 22,5%) rispetto a coloro il cui profilo non riporta tale informazione; un altro dato interessante, in questa medesima prospettiva, è quello relativo alla condivisione di informazioni sulle proprie relazioni sentimentali, la cui presenza nel profilo si accompagna a un rischio di bullismo pari al 42% e a un rischio sexting pari al 40% dei casi, contro – rispettivamente – il 24% e il 20% di coloro che non hanno riportato tali informazioni nel proprio profilo. Sempre rispetto al bullismo e al sexting, altri dati 'sensibili' – seppure in misura minore – sono le informazioni relative al proprio numero di cellulare e alla scuola frequentata, o la presenza di una foto che illustri chiaramente il viso, mentre i dati relativi all'età dichiarata sembrano meno rilevanti.

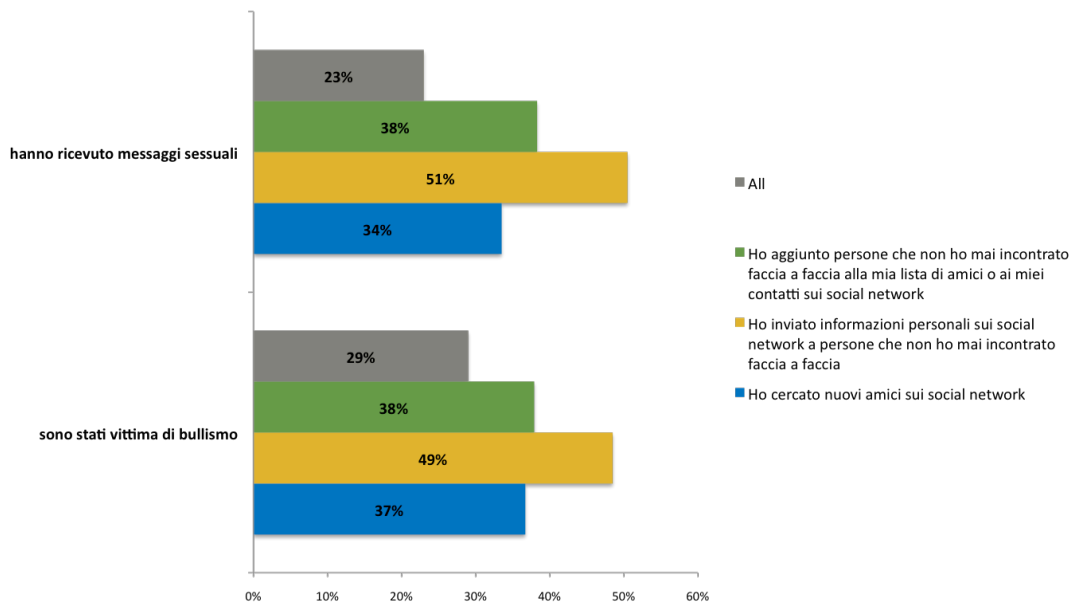
Per quanto riguarda l'abuso dei dati personali, la situazione è più articolata e rispecchia la specificità dei dati resi pubblici; così a una maggiore *openness* sul piano delle proprie immagini fotografiche si accompagna un maggior rischio generalizzato di *tagging* o di pubblicazione di immagini indesiderati, mentre la presenza dell'indirizzo di casa è correlata positivamente, e in modo rilevante, con il furto di identità (37,5% vs. 5%), la circolazione nel web di notizie false sul proprio conto (36% vs. 6%), la pubblicazione di contenuti che hanno creato problemi a scuola (29% vs. 4%), la creazione di un falso profilo (29% vs. 3%) e la condivisione di informazioni che hanno creato problemi alla famiglia (25% vs. 2%).

Rischi e *risky communication*

In modo analogo (e prevedibile), anche le pratiche di *risky communication* si accompagnano a un grado maggiore di rischio sperimentato; questo vale per il bullismo, il cui rischio si attesta al 49% di coloro che hanno condiviso informazioni personali online con utenti mai incontrati prima di persona (vs. il 23% di coloro che non lo hanno fatto), al 38% di coloro che hanno aggiunto alla propria lista di amici persone mai incontrate prima faccia a faccia (vs. il 23% di coloro che non lo hanno fatto) e al 37% di coloro che hanno cercato nuovi amici sui SNS (vs. il 20% di coloro che non lo hanno fatto).

Questo vale anche per il sexting: la condivisione di informazioni personali con sconosciuti è correlata a una esposizione al rischio pari al 51% (vs. 18%), la ricerca di nuovi amici sui SNS si correla positivamente nel 34% dei casi (vs. 17%) e il *friending* con persone mai incontrate prima fa registrare percentuali di rischio pari al 38% (vs. 17%).

Grafico 14: Incidenza dei diversi tipi di rischio in base alle pratiche di *risky communication*



Q6 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?

Q7 Bullismo: negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo?

Q9 Sexting: negli ULTIMI 12 MESI, hai ricevuto messaggi sessuali di questo tipo (potrebbero essere parole, immagini o video)? Se sì, quanto ti ha turbato quello che è successo?

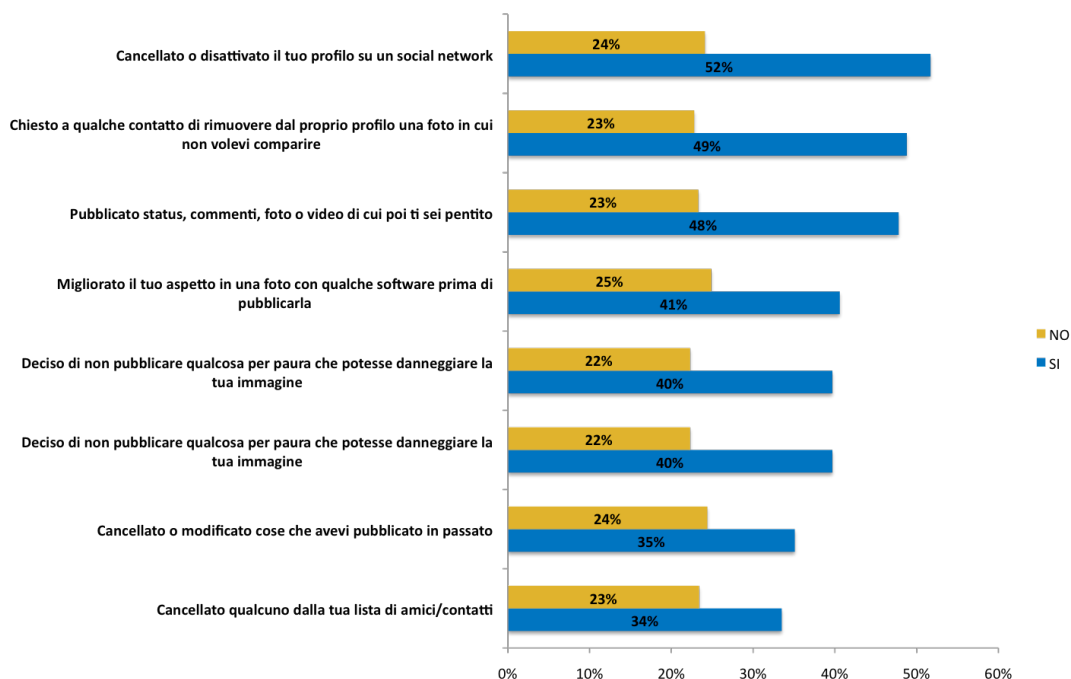
La medesima logica vale, infine, in misura variabile, per l'abuso dei dati personali, con punte significative per la condivisione di informazioni con sconosciuti che hanno creato problemi familiari (11% vs. 1%) o consentito il furto di identità sui SNS (12 % vs. 2%) o via cellulare (18% vs. 4%).

Rischi e *web reputation management*

Un'ulteriore correlazione positiva è quella rilevabile tra pratiche di *web reputation management* ed esperienza dei rischi online. Anche in questo caso non è possibile cogliere una relazione diretta di causa-effetto, ma è significativo osservare che tra coloro che hanno subito bullismo, sexting o abuso di dati personali l'attività di gestione della propria reputazione online è più intensa rispetto a quella di chi non ha sperimentato tali rischi.

Questa correlazione è particolarmente evidente se si guarda ad alcuni indicatori come, per esempio, nel caso delle vittime del bullismo, tra le quali la percentuale di coloro che hanno cancellato o disattivato un profilo SNS o hanno chiesto di rimuovere una foto in cui non si voleva comparire è pari, rispettivamente, al 52% e al 49, in entrambi i casi più del doppio rispetto a coloro che non hanno incontrato tale rischio.

Grafico 15: Incidenza delle diverse forme di *web reputation management* tra le vittime di bullismo



Q7 Bullismo: negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo?

Q6 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?

Se, da una parte, solo un approfondimento dell'indagine con strumenti qualitativi potrebbe aiutare a comprendere eventuali nessi di causa-effetto, dall'altra è possibile avanzare alcune ipotesi esplicative. La prima attribuisce alle pratiche di *web reputation management* una funzione che abbiamo già definito 'reattiva', in risposta sia a precedenti esperienze negative personali, sia alla percezione contestuale di un ambiente online pericoloso; la seconda attribuisce ai soggetti tendenzialmente più attenti alla propria reputazione online una maggiore sensibilità ai rischi (potenziali) o ai danni (effettivamente subiti) sul web.

In complesso, si può azzardare l'interpretazione che se un *management* consapevole e articolato della propria reputazione online non è sufficiente, di per sé, a escludere i rischi di Internet, esso costituisce comunque una forma di reazione in grado di capitalizzare l'esperienza negativa e tradurla – in un secondo momento – in comportamenti più consapevoli e prudenti.

Conclusioni

Sulla base delle evidenze della ricerca è ora possibile fare alcune considerazioni generali sui comportamenti online assunti dai giovani lombardi; più in particolare, poi, si potrà osservare quali siano i comportamenti più pericolosi nel web e quali le strategie più efficaci di gestione della propria reputazione online; quali siano i giovani più esposti ai rischi e ai danni dei *social media*; quali siano, infine, le responsabilità degli adulti e il compito delle Istituzioni.

Come si è visto, per la stragrande maggioranza dei giovani lombardi che usano Internet, la presenza su uno o più siti di social network costituisce la norma. Secondo un modello ampiamente diffuso di continuità e integrazione fra dimensioni offline e online, si registra una significativa coerenza tra identità personale e profili attivati sulle piattaforme dei *social media*: per la maggior parte degli intervistati, infatti, è altrettanto normale che il profilo riporti una foto in cui si è chiaramente riconoscibili, contenga immagini e video personali, espliciti cognome, età e spesso anche la scuola frequentata. L'intenzione comunicativa è esattamente quella di rendersi riconoscibile online, prima di tutto nei confronti dei propri contatti offline.

Questa necessaria e volontaria *self disclosure* non significa, però, inconsapevolezza dei rischi potenzialmente insiti nei *social media*; in generale gli intervistati dimostrano una discreta capacità di gestire la propria privacy su tali piattaforme. Lo testimoniano l'opzione per un profilo 'privato' esercitata dai due terzi del campione e il fatto che i comportamenti più ingenui o più rischiosi caratterizzino solo una minoranza – per quanto consistente – degli utenti.

I risultati della ricerca confermano l'esistenza di una correlazione positiva tra l'assunzione di alcuni di questi comportanti potenzialmente rischiosi e una maggiore probabilità di fare concreta esperienza dei principali rischi online: bullismo, sexting e abuso dei dati personali. Come si è visto, l'impostazione del proprio profilo in modalità 'pubblica' si accompagna a una maggiore probabilità di sperimentare il rischio di bullismo (36% vs. 26% dell'impostazione 'privata'), di sexting (38% vs. 20% dell'impostazione 'privata') e di abuso dei dati personali. Inoltre, maggiore è la quantità e più vasta la tipologia delle informazioni personali presenti sul profilo, maggiore è anche la probabilità di rischio. In modo analogo, la predisposizione a intraprendere forme di *risky communication* – come nel caso di contatti e di condivisione di informazioni personali con gli sconosciuti – si accompagna a un maggior grado di rischi sperimentati online.

La maggiore esposizione al rischio sembra inoltre caratterizzare alcune categorie di utenti. In generale, i maschi risultano più esposti rispetto alle femmine; dal punto di vista dell'età, inoltre, bisogna probabilmente distinguere tra comportamenti imprudenti o ingenui, connessi alla mancanza di competenze digitali, propri dei preadolescenti – più interessati a espandere la propria rete di relazioni amicali che a tutelare la propria privacy – e comportamenti

potenzialmente rischiosi, talvolta espressione di una tendenza ad accettare – quando non a cercare – il rischio, propri degli adolescenti.

Tuttavia, la distinzione tra ‘rischio’ e ‘danno’, chiaramente evidenziata dalla tradizione di ricerca del network EU Kids Online, costituisce un ulteriore elemento di riflessione: in questa prospettiva, infatti, una maggiore esposizione al rischio non implica sempre e necessariamente una maggiore probabilità di danno; anzi, proprio un comportamento più prudente (tipico, per esempio, delle femmine e – sotto alcuni aspetti – dei preadolescenti) si accompagna spesso con una maggiore probabilità di danno. Insomma, se maschi e adolescenti sono i soggetti più esposti al rischio, le femmine e i preadolescenti costituiscono i soggetti più vulnerabili, perché il danno che patiscono tende a essere maggiore.

A fronte di questa situazione, i giovani lombardi non rinunciano certo all’uso dei *social media* ma tendono, piuttosto, ad adottare strategie di gestione della propria reputazione al fine di minimizzarne i rischi o di ridurne i danni, sia in funzione correttiva, sia in funzione preventiva. Il management della propria *web reputation* conosce varie forme, ma quelle più diffuse sembrano essere quelle a carattere ‘reattivo’ – come la cancellazione di contatti o di contenuti indesiderati o non più ritenuti adeguati – piuttosto che ‘preventivo’. Non a caso, questa attività di *management* è più intensa tra coloro che hanno subito bullismo, sexting o abuso di dati personali rispetto a quella di chi non ha sperimentato tali rischi.

In complesso, due considerazioni si impongono: da un lato, i giovani lombardi sembrano dimostrare una buona capacità di resilienza e di apprendimento dall’esperienza, anche negativa; dall’altro, non si può nascondere che né una diffusa consapevolezza dei rischi potenziali, né un insieme di comportamenti online più prudenti e di gestione più accorta della privacy – per quanto utile a ridurre l’esposizione al rischio – è in grado di annullare completamente la probabilità di incontrare rischi durante la propria esperienza quotidiana sui *social media*.

Gli adulti significativi (genitori e insegnanti), insieme al gruppo dei pari, costituiscono utili risorse di mediazione sociale, anche se i dati sembrano indicare con maggiore probabilità un loro intervento a posteriori, a sostegno delle strategie di *coping* dei giovani, piuttosto che una capacità di prevenzione. Bisogna osservare che la tendenza a rivolgersi a figure istituzionali appare ancora ridotta rispetto al ruolo di supporto della famiglia, che costituisce nella grande maggioranza dei casi il punto di riferimento principale per quanto riguarda l’esperienza online. Ciononostante, il ruolo degli insegnanti, che si dimostrano mediamente in grado di intercettare le situazioni più problematiche e rischiose e di rispondere a tali situazioni con diverse forme di supporto, sembra decisivo per accompagnare i più giovani all’acquisizione di maggiore consapevolezza dei rischi e di migliore gestione dei propri profili online.

In questo scenario, infine, è bene ricordare che né la responsabilità personale degli utenti né la presa in carico da parte della scuola possono, da sole, eliminare i potenziali rischi dei *social media* o garantire un’esperienza online

assolutamente priva di pericoli. Sviluppare forme di prevenzione, a carattere educativo o regolativo, costituisce una priorità di cui le Istituzioni potranno certamente farsi carico nei prossimi anni.

Riferimenti bibliografici

Donatiello, D. (2015) Identità e reputazione dell'altro, *Rassegna Italiana di Sociologia* LVI(1) pp. 27-47.

Dürager, A., Livingstone, S. (2012) How can parents support children's internet safety? EU Kids Online, London, UK, online all'url <http://eprints.lse.ac.uk/id/eprint/42872>.

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

Mallan, K., Giardina, N. (2009) Wikidentities: Young people collaborating on virtual identities in social network sites, *First Monday*, 14(6).

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

Papacharissi, Z., Gibson, P. L. (2011) Fifteen minutes of privacy: Privacy, sociality, and publicity on social network sites, *Privacy Online* Springer Berlin Heidelberg, pp. 75-89.

Tufecki, Z. (2007) «Can you see me now?» Audience and Disclosure Regulation in Social Networking Sites, *Bulletin of Science Technology and Society* 28(1), pp. 20-36.

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

Vittadini, N. (2012) Relazioni sociali, privacy e logiche di scambio, *Comunicazioni sociali* (2), pp. 213-230.

Appendice: campionamento e questionario

Struttura del campione

Età bambino	Popolazione 1/1/2015	%	Quota	
11-14 anni	373354	51%	254	
15-18 anni	361766	49%	246	
TOTALE	735120	100%	500	
Sesso bambino	Popolazione 1/1/2015	%	Quota	
Maschio	380064	52%	259	
Femmina	355056	48%	241	
TOTALE	735120	100%	500	
Provincia bambino	Popolazione 1/1/2015	%	Quota	
Varese	64638	9%	44	
Como	44307	6%	30	
Sondrio	14040	2%	9	
Milano	225789	31%	154	
Bergamo	89413	12%	61	
Brescia	98858	13%	67	
Pavia	36112	5%	25	
Cremona	25429	3%	17	
Mantova	29115	4%	20	
Lecco	25923	4%	18	
Lodi	16737	2%	11	
Monza e della Brianza	64759	9%	44	
TOTALE	735120	100%	500	
TITOLO DI STUDIO CAPOFAMIGLIA	Popolazione 25-64 Lom	Riclassificazione	Popolazione 25-64 Lombard	% Quota
licenza di scuola elementare, nessun titolo di studi	337453			
licenza di scuola media	1765251	Low	2102704	38% 191
diploma 2-3 anni (qualifica professionale)	542984			
diploma 4-5 anni (maturità)	1863487	Medium	2406471	44% 219
laurea e post-laurea	982975	High	982975	18% 90
TOTALE	5492150		5492150	100% 500

Traccia del questionario

La *web reputation* degli adolescenti lombardi

Buongiorno/ buona sera. Vorremmo chiedere il suo aiuto per un'importante indagine il cui scopo è la sicurezza dei ragazzi mentre utilizzano internet.

Ipsos e l'Università Cattolica del Sacro Cuore stanno conducendo un'indagine tra i giovani tra gli 11 e i 18 anni residenti in Lombardia. Al fine di comprendere come aiutare i ragazzi, l'indagine pone delle domande riguardo alle esperienze online dei giovani – dove e quando si connettono, cosa fanno in rete e inoltre gli eventuali contenuti dannosi o inappropriati che potrebbero aver incontrato (ad esempio contenuti che normalmente sarebbero solo per adulti).

S1. Lei vive nella provincia di:

1. Varese
2. Como
3. Sondrio
4. Milano
5. Bergamo
6. Brescia
7. Pavia
8. Cremona
9. Mantova
10. Lecco
11. Lodi
12. Monza e della Brianza

S2. Potrebbe dirmi qual è il titolo di studio conseguito dal capo famiglia?

Elementari non completate	1
Elementari completate (fino a 10 anni)	2
Completato il primo ciclo di scuola secondaria (medie/ fino a 14 anni)	3
Completato il secondo ciclo di scuola secondaria (medie superiori/ fino a 16 o a 18 anni)	4
Istruzione e formazione professionale post-qualifica (dopo i 18 anni)	5
Completato il primo ciclo di corso universitario (laurea breve)	6
Completato l'università/corsi post-universitari	7
Non sa - Rifiuta	8

S3. Qual è l'attuale occupazione del capofamiglia?

INATTIVO	
Casalinga, responsabile della conduzione della casa e della spesa.	1
Studente	2
Disoccupato/ temporaneamente non lavora	3
Pensionato/inabile al lavoro	4
AUTONOMI	
Attività agricola	5
Attività di pesca	6
Libero professionista (avvocato, medico, commercialista, architetto, ecc.)	7
Commerciante, artigiano, o altro tipo di attività autonoma	8
Imprenditore, titolare (unico o socio) d'azienda	9
DIPENDENTI	
Professionista dipendente (avvocato, medico, commercialista, architetto, ecc.)	10
Manager ad alto livello (direttore generale, amministratore delegato, direttore commerciale, finanziario, ecc..)	11
Manager medio livello (direttore di divisione, insegnante, tecnico specializzato)	12
Dipendente, impiegato di concetto	13
Impiegato, con attività che richiedono spostamenti (conducente, venditore, ecc.)	14
Impiegato nel settore dei servizi (addetto ai servizi ospedalieri, di ristorazione, rappresentante delle forze dell'ordine, vigili del fuoco, ecc..)	15
Supervisore	16
Operaio specializzato	17
Operaio non specializzato, domestico	18
MAI FATTO LAVORO RETRIBUITO	19
(Non risponde - Rifiuta)	20

S4 Quanti anni ha suo figlio/a?

|_|_|

RANGE 11-18**S5 Suo figlio/a è...**

1. Maschio
2. Femmina

S6 Che scuola frequenta suo figlio?

Scuola media inferiore

Liceo

Istituto tecnico

Scuola professionale

Non va più a scuola

Ora vorremmo chiederle di far compilare la parte restante del questionario a suo figlio/a di [ETA'] anni.

Ora ti faremo alcune domande sull'utilizzo di diversi tipi di tecnologia e sull'utilizzo di internet, a casa o anche in altri posti, ad esempio a scuola o a casa di amici.

Q1 Hai un tuo profilo/account su un sito di social network (es. Facebook, Twitter, etc.) che attualmente utilizzi? E, se hai un profilo/account, ne hai uno solo o più di uno?

Sì, uno	<input type="checkbox"/>
Sì, più di uno sullo stesso social network	<input type="checkbox"/>
Sì, più di uno ma su social network diversi	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

SE Q1=1,2,3 CHIEDERE Q1A

CHIEDERE Q2 PER I SNS INDICATI A Q1A

Q2 Su quale social media è il profilo/account che usi più spesso?

Facebook	<input type="checkbox"/>
Whatsapp	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>
Snapchat	<input type="checkbox"/>
Twitter	<input type="checkbox"/>
YouTube	<input type="checkbox"/>
Ask.fm	<input type="checkbox"/>
Tumblr	<input type="checkbox"/>
Altro (specificare).....	<input type="checkbox"/>

SE Q1=1,2,3 CHIEDERE Q3, Q4, Q5, Q6

Q3 Pensando ai social network che utilizzi, il tuo profilo è impostato come...?

Pubblico, così tutti mi possono vedere	<input type="checkbox"/>
Privato, così che ti possano vedere solo i tuoi amici	<input type="checkbox"/>
Non so/non ricordo	<input type="checkbox"/>

Q4 Quali delle seguenti informazioni sono incluse nel tuo profilo/account sui social media?

	Si	No	Non so	Preferisco non rispondere
A Una foto che mostra chiaramente il tuo viso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B Il tuo cognome	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C Il tuo indirizzo di casa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D Il tuo numero di telefono cellulare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E La tua scuola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F La tua età esatta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G Un'età che non è la tua età reale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H Le tue relazioni sentimentali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B Tue foto o video	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q5 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI? Se sì, quanto spesso?

	Tutti i giorni o quasi	Almeno una volta alla settimana	Mai o quasi mai	Non so/preferisco non rispondere
Ho cercato nuovi amici sui social network	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ho inviato informazioni personali sui social network (ad es. il mio nome completo, indirizzo e numero di telefono) a qualcuno che non ho mai incontrato di persona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ho aggiunto persone che non ho mai incontrato faccia a faccia alla mia <i>lista di amici</i> o ai miei <i>contatti</i> sui social network	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PER FAVORE, METTI UNA SPUNTA SU UNA CASELLA PER OGNI RIGA

Q6 Hai fatto qualcuna delle cose riportate di seguito negli ULTIMI 12 MESI?

	Si	No	Non so	Preferisco non rispondere
Cancellato qualcuno dalla tua lista di amici/contatti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tolto il tuo nome da foto in cui eri stato taggato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cancellato commenti che altri avevano pubblicato sul tuo profilo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cancellato o modificato cose che avevi pubblicato in passato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pubblicato status, commenti, foto o video di cui poi ti sei pentito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Impostato il tuo profilo in modo che includa direttamente il luogo nei post, commenti o foto che pubblichi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pubblicato informazioni false (un falso nome, un'età non corretta ecc.) per proteggere la tua privacy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Migliorato il tuo aspetto in una foto con qualche software prima di pubblicarla	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cancellato o disattivato il tuo profilo su un social network	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deciso di non pubblicare qualcosa per paura che potesse danneggiare la tua immagine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pubblicato messaggi 'in codice' che solo alcuni dei tuoi amici potessero capire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chiesto a qualche contatto di rimuovere dal proprio profilo una foto in cui non volevi comparire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A TUTTI

PER FAVORE, LEGGI: A volte capita che i ragazzi dicano o compiano ripetutamente azioni offensive o cattive verso altre persone. Questo comprende anche:

- Prendere in giro ripetutamente qualcuno, in un modo che non gli/le piace
- Picchiare, prendere a calci o costringere qualcuno a fare qualcosa
- Escludere volutamente qualcuno da qualcosa

Quando le persone si comportano in modo offensivo o cattivo nei confronti di qualcun altro, può avvenire:

- Di persona faccia a faccia (persona con una persona che si trova insieme a te nello stesso luogo e nello stesso momento)
- Attraverso i telefoni cellulari (con messaggi, chiamate, video clip)
- Su internet (email, messaggi istantanei, social network, chat) su qualsiasi dispositivo usi per andare online

Q7 Negli ULTIMI 12 MESI, qualcuno si è comportato con te in questo modo? E se è capitato, quanto ti ha turbato il fatto che sia successo?

PER FAVORE BARRA UNA SOLA CASELLA

Sì, e ne sono stato molto turbato	<input type="checkbox"/>
Sì, e ne sono stato un po' turbato	<input type="checkbox"/>
Sì, ma non ne sono stato turbato affatto	<input type="checkbox"/>
No, non mi è mai successo	<input type="checkbox"/>
Non so	<input type="checkbox"/>
Preferisco non rispondere	<input type="checkbox"/>

Q8 Se qualcuno si è comportato con te in questo modo, dove è successo?

BARRA TUTTE LE CASELLE NECESSARIE

Di persona faccia a faccia (una persona che è con te nello stesso luogo)	<input type="checkbox"/>
Con chiamate o messaggi di testo (SMS) al mio cellulare	<input type="checkbox"/>
Su Facebook	<input type="checkbox"/>
Su Whatsapp	<input type="checkbox"/>
Su Instagram	<input type="checkbox"/>
Su Snapchat	<input type="checkbox"/>
Su Twitter	<input type="checkbox"/>
Su YouTube	<input type="checkbox"/>
Su Ask.fm	<input type="checkbox"/>
Su Tumblr	<input type="checkbox"/>
Su un altro social network (specificare).....	<input type="checkbox"/>
In un sito web di giochi	<input type="checkbox"/>
Altro (specificare).....	<input type="checkbox"/>
Non mi è mai successo	<input type="checkbox"/>
Non so	<input type="checkbox"/>
Preferisco non rispondere	<input type="checkbox"/>

PER FAVORE LEGGI: Le persone fanno molte cose diverse su internet. A volte accade che invii delle immagini o messaggi sessuali. Con questo intendiamo parlare di fare sesso o immagini di persone nude o che fanno sesso.
Di seguito trovi delle domande su queste cose. Prendi in considerazione TUTTE LE MODALITÀ con cui puoi usare internet e il tuo telefono cellulare/smartphone

Q9 Negli ULTIMI 12 MESI, hai ricevuto messaggi sessuali di questo tipo (potrebbero essere parole, immagini o video)? Se sì, quanto ti ha turbato quello che è successo?

PER FAVORE BARRA UNA SOLA CASELLA

Sì, e ne sono stato molto turbato	<input type="checkbox"/>
Sì, e ne sono stato un po' turbato	<input type="checkbox"/>
Sì, ma non ne sono stato turbato affatto	<input type="checkbox"/>
No, non mi è mai successo	<input type="checkbox"/>
Non so	<input type="checkbox"/>
Preferisco non rispondere	<input type="checkbox"/>

Q10 E se hai ricevuto messaggi di questo genere, come è successo?

BARRA TUTTE LE CASELLE NECESSARIE

Di persona faccia a faccia (una persona che è con te nello stesso luogo)	<input type="checkbox"/>
Con chiamate o messaggi di testo (SMS) al mio cellulare	<input type="checkbox"/>
Su Facebook	<input type="checkbox"/>
Su Whatsapp	<input type="checkbox"/>
Su Instagram	<input type="checkbox"/>
Su Snapchat	<input type="checkbox"/>
Su Twitter	<input type="checkbox"/>
Su YouTube	<input type="checkbox"/>
Su Ask.fm	<input type="checkbox"/>
Su Tumblr	<input type="checkbox"/>
Su un altro social network (specificare).....	<input type="checkbox"/>
In un sito web di giochi	<input type="checkbox"/>
Altro (specificare).....	<input type="checkbox"/>
Non mi è mai successo	<input type="checkbox"/>
Non so	<input type="checkbox"/>
Preferisco non rispondere	<input type="checkbox"/>

Q11 Negli ULTIMI 12 MESI, quale di queste cose ti è capitata su internet/sul tuo smartphone?

	Si	No	Non so	Preferisco non rispondere
Qualcuno ha utilizzato le tue informazioni personali in un modo che ti ha dato fastidio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qualcuno ha utilizzato la tua password/ha usato il tuo telefono per accedere alle tue informazioni o per prendere il tuo posto/fingersi te	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sei stato taggato in una foto in cui non volevi comparire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hai trovato online una tua foto che non volevi che fosse pubblicata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qualcuno ha creato un falso profilo a tuo nome fingendo di essere te	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hai condiviso informazioni sensibili causando problemi a te o alla tua famiglia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hai pubblicato qualcosa che ti ha creato problemi a scuola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qualcuno ha fatto circolare sui social media delle false informazioni sul tuo conto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q12 Se dovessi fare un'esperienza su internet o quando sei online con lo smartphone che ti infastidisce o che ti turba, quanto è probabile o improbabile che ne parli con le seguenti persone?

	Molto probabile	Abbastanza probabile	Poco probabile	Molto improbabile	Non applicabile
Mio padre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mia madre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mio fratello o mia sorella	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Altri parenti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I miei amici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gli insegnanti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Qualcuno il cui lavoro è aiutare i ragazzi (es. educatori o animatori, assistenti sociali telefono azzurro o simili, polizia)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Un altro adulto di cui mi fido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lo sportello Corecom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q13 Qualcuno dei tuoi insegnanti ha avuto occasione di fare una di queste cose con te?

	Sì	No	Non so
Mi ha aiutato a impostare la privacy del mio profilo su un social network	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mi ha consigliato come comportarmi con le persone con cui sono in contatto sui social network	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ha parlato con me di cosa fare se qualcosa sui social network dovesse infastidirmi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mi ha aggiunto alla sua lista di contatti per aiutarmi in caso qualcosa o qualcuno mi infastidisca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ha creato un gruppo della classe su un social network dove si discute di usi responsabili dei social network	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ha avviato un progetto di sensibilizzazione agli usi sicuri e responsabili dei social network	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Pubblicazione realizzata in occasione del Convegno

**Tutela dei minori sul Web e Cyberbullismo
Work in progress e soluzioni istituzionali**

Milano, 27 giugno 2016

Sala Pirelli del Consiglio Regionale della Lombardia

