

## Social Network e web 2.0

a cura di Stefania Salvi - 18 Gennaio 2008

Appena iniziato il nuovo anno, il web può partire con le speculazioni filosofiche su quali saranno le **applicazioni della nuova era del web** che rivoluzioneranno o determineranno il suo essere 2.0. Chi di voi non usa (almeno) youtube, flickr, facebook, my space?

Questi nomi sono l'evidente manifesto di **come il web 2.0 sia sinonimo**, per la maggior parte degli utenti, **di Social Network**.

Ne sorgono a migliaia, oltre ovviamente a **Giovani.it**, che fornisce la possibilità di creare il proprio spazio con blog e gallery: ognuno ha una propria utenza, nella maggior parte dei casi strettamente legata alla zona geografica dove si risiede.

La maggior parte di questi network sociali si integra alla perfezione con un altro fenomeno tipico di questi tempi: il **blog personale**.

Il punto di contatto tra questi due "fenomeni del web" sta proprio nella **possibilità di usare i social network come aggregatori per i blog**, che al pratico non vuol dire altro che farsi conoscere, **creare una rete di contatti nel settore**, partecipare ai contest ecc.

Un esempio lampante è la rapida ascesa di programmi di messaggistica istantanea di massa (o micro – blogging, che dir si voglia) come Twitter. La filosofia di partenza del Twitter era quella di **aggiornare una comunità di sconosciuti o semi tali sul proprio status**: non più di 140 caratteri per descrivere cosa si sta facendo in quel momento.

Tralasciando per ora la tipica inclinazione voyeuristica di ognuno di noi, che fa sì che per le prime ore si rimanga rapiti e incuriositi "dagli affari degli altri", ci si concentra subito sull'utilità reale del Twitter: segnalare un nuovo post nel proprio blog.

Ecco che il log delle visite sale improvvisamente, i commenti agli articoli si susseguono. Per la maggior parte dei blog personali l'effetto è a breve termine, mezz'ora e torna il deserto. Fino al prossimo post.

La **volontà di rendere la propria vita** (o parte di essa, magari accuratamente selezionata) **di dominio pubblico** attraverso l'utilizzo dei blog, risponde a un preciso bisogno emotivo soddisfabile con questa forma di autodeterminazione sociale.

Ci siamo chiesti se l'esporsi in modo molteplice su diversi Social Network, creando profili diversi e in diverse community, possa portare una **crisi d'identità "virtuale"**. Mantenere vivi più profili contemporaneamente (pensiamo che un utente medio attivo su internet ha almeno un proprio blog, un profilo badoo, my space o facebook, un album su flickr e flaustr in condivisione con il resto del mondo) deve necessariamente cedere il passo a una scarsa coerenza?

Per ora la risposta sembra essere una: **tutte le reti sociali** che abbiamo nominato, **tendono ad integrarsi fra di loro** con applicazioni in comune, link, ecc.

**Integrazione è proprio la parola**

**d'ordine** con cui si stanno facendo strada i social network: un esempio banale potrebbe essere il notare come la rapida ascesa di flaustr ( editor di foto per organizzare slide show personali) sia dovuta proprio al fatto che sia utilizzabile in tutto e per tutto su servizi affermati come myspace, picasa e simili.

Sembra quasi impossibile mentire, proprio in virtù di questa relazione di fondo che impone **coerenza a ogni utente di social network**. Ciò che si evidenzia piuttosto sono i molteplici



aspetti di una persona, che portano a credere di conoscere qualcuno solo perché si legge il suo



blog e si guardano i suoi svariati profili con foto.

Una rete così fitta, che con i suoi rami si interseca e si dirama dentro il mondo del web 2.0, sembra essere l'evidente

**dimostrazione della teoria dei sei gradi di separazione**, ovvero l'ipotesi secondo

cui qualunque persona può essere collegata a qualunque altra attraverso una catena di conoscenze con non più di 5 intermediari.

Se mai ci possa essere un momento storico (essendo la teoria nata nel 1929) nel quale chiunque possa sentirsi parte integrante dei

sei gradi di separazione, è sicuramente identificabile in questi anni di dominio delle reti sociali.

<http://www.giovani.it/>

### Giovani e Web: da internauti a infonauti

Autore: Alessandro Crea

Mark Prensky li ha definiti, felicemente, "nativi digitali", per indicare con precisione l'attitudine istintiva delle giovani generazioni a relazionarsi con gli strumenti della moderna tecnologia, che ne penetra tutti gli aspetti della vita e detta ritmi e modalità anche delle relazioni interpersonali. Nessuno stupore quindi ormai se si parla di Web 2.0 e social network, la rete personalizzata che passa attraverso le reti di contatti personali, lo strumento principe delle nuove generazioni. Ma i giovani non usano Internet solo per tenersi in contatto e, in un certo senso, filtrare la realtà, la usano anche, e tanto, per tenersi informati.



Secondo un'indagine svolta da Demos-Coop, infatti, sette giovani su dieci utilizzano quotidianamente Internet per informarsi, al pari della Tv e molto più dei giornali cartacei, usati solo nel 19 % dei casi. Tutto ciò inoltre, secondo Demos-Coop, avviene all'interno di un più ampio quadro che vede un utilizzo diffuso delle tecnologie digitali per informarsi. Ad esempio rispetto al 2007 è aumentato l'uso della Tv satellitare e di Internet (+13 punti percentuali, dal 25 al 38 %), mentre gli altri media - tv, radio, quotidiani e settimanali - sembrano ormai aver raggiunto un livello di saturazione. Il 74 % di chi ha un'età compresa tra 15 e 24 anni e il 63 % di quelli tra 25 e 34 anni dichiarano infatti che per informarsi utilizzano Internet tutti i giorni.

I giovani internauti, dunque, non utilizzano solo chat, social network, blog, e-mail, ma ascoltano anche la radio, guardano la tivù e leggono i giornali, tutto rigorosamente online. La rete è diventata quindi la chiave di accesso principale, quando non esclusiva, a diverse fonti informative.

La fruizione interattiva del Web caratterizza quindi lo stile di informazione dei nativi digitali, che quindi a buon diritto possono essere definiti non solo internauti ma soprattutto infonauti.

L'indagine rileva anche una significativa differenza generazionale nell'approccio agli strumenti di informazione. Gli utenti più anziani tendono ad essere fruitori "passivi", si affidano alla rigidità dei palinsesti della tv tradizionale e delle pagine stampate dei quotidiani cartacei. Gli infonauti

insomma, a differenza dei loro genitori, che si affidano ancora passivamente alla rigidità preconfezionata dei media tradizionali, prediligono interattività e flessibilità tipiche dei sistemi digitali di informazione; fruitori attivi, che costruiscono in modo individualizzato l'approccio ai new media.

C'è da sperare solo che abbiano anche gli strumenti culturali per essere in grado di approcciarsi non solo in modo individualizzato ma anche critico, perché l'orizzontalità del sapere su Internet rende sempre più difficile individuare criteri di affidabilità e credibilità oggettivi e non legati solo ad aspetti relativi, relazionali e contingenti, come la credibilità riconosciuta dalla community a colui che parla.

<http://www.pctuner.net/>

## **Web 2.0. Prospettive e insidie**

Internet sta conoscendo un'evoluzione, una sorta di salto di paradigma. Ha raggiunto uno stadio che viene definito dagli addetti ai lavori, convenzionalmente e senza eccessiva precisione, come Web 2.0. Una sorta di maturazione, secondo alcuni, delle prerogative di Internet sin dalla sua nascita.

Il Web 2.0 è caratterizzato dalla multimedialità, ma soprattutto da una maggiore interattività e socialità. Mentre ai primordi Internet era costituito da un insieme di pagine da navigare all'interno dei siti Web, oggi l'utente, spesso connesso in banda larga, è più attivo e collaborativo. Prevalgono gli aspetti della partecipazione e della condivisione.

L'elemento distintivo del cambiamento è rappresentato proprio dall'*user generated content*, i contenuti generati dagli utenti.

Mentre nell'epoca antecedente a Internet erano dei professionisti a produrre musica, letteratura, saggi scientifici, giornali, video, oggi sono gli internauti stessi a mettere in Rete notizie, canzoni, testi, messaggi audio, voci enciclopediche, video e libri.

Il Web odierno pullula di *blog*, se ne contano ormai nel mondo oltre 50 milioni. Sono una sorta di diario *online*, una piattaforma facile da utilizzare anche da chi non ha dimestichezza con la tecnologia. Tramite i *blog* chiunque può esprimere pensieri, idee e punti di vista e pubblicare scritti di vario genere, commentati poi dai lettori. Alcuni di questi diari hanno avuto un tale successo, anche in Italia, da portare i loro curatori alla ribalta delle cronache.

Attraverso *social-network* come YouTube e MySpace milioni di persone, per lo più giovani e giovanissimi, pubblicano i loro profili, le loro pagine Web personali, i loro video.

In Italia e nel mondo stiamo assistendo al successo esplosivo di Facebook, un sito nato per rimettere in contatto vecchi compagni di scuola, che si è rivelato invece uno strumento duttile, dalle potenzialità ancora inesplorate, molto utile, oltre che per favorire la socializzazione di giovani ed adolescenti, anche per sostenere iniziative politiche, culturali e umanitarie.

Fondata da Jimmy Wales, Wikipedia è un'enciclopedia che ha soppiantato tutte le altre enciclopedie cartacee, anche le più prestigiose, per la sua completezza e la sua facilità di consultazione.

Le voci sono compilate, modificate e aggiornate da redattori anonimi e dilettanti.

Stiamo assistendo a una trasformazione epocale, una rivoluzione che sta mettendo a soqquadro l'intera industria culturale.

Io credo si tratti di un mutamento positivo, che genererà molti altri cambiamenti a catena nella società del futuro.

Evitando la separazione netta fra produttore e consumatore, artista e pubblico, scrittore e lettore, esperto e dilettante, professore e studente, la nuova rivoluzione internettiana apre nuovi spazi di libertà e di democrazia. Lo scambio di idee, la varietà, la concorrenza, l'espressione facilitata persino dell'antagonismo e del dissenso possono contribuire a sviluppare una società più ricca e più giusta.

Già però si levano, soprattutto da parte degli esponenti dei *media* tradizionali, proteste e perplessità.

Si dice che il Web 2.0 stia mettendo in difficoltà i grandi giornali, le televisioni, le *pop-star*, insomma l'*establishment* dell'industria della cultura, dello spettacolo e dell'intrattenimento. Si lamenta che molti giornalisti, redattori, musicisti ed esperti vari stiano perdendo il proprio posto di lavoro o riducendo drasticamente i propri guadagni.

Le *chat* sono un pericolo per gli utenti più piccoli, alla mercé di adescatori e psicopatici, mentre i motori di ricerca, sempre più sofisticati, rappresentano un attentato alla nostra *privacy*.

Il Web 2.0 fornisce informazioni inaffidabili e sembra incoraggiare, sempre secondo i detrattori, il narcisismo più sbracato ed esibizionista, il pressapochismo, persino la peggiore stupidità e la violenza di individui isolati e delle masse.

Non a caso, - sostengono i censori delle nuove tecnologie -, i più ripugnanti atti di bullismo, filmati col telefonino, finiscono poi su YouTube o su qualche altro *social-network* simile, anzi proprio la possibilità di pubblicizzare le proprie azioni violente e insensate sembra la molla principale a compierle.

C'è senz'altro del vero in tutte queste critiche e recriminazioni, ma c'è soprattutto dell'esagerazione. Personalmente penso che il cambiamento generi insicurezza e che faccia paura soprattutto a coloro che fino a ieri godevano di privilegi indiscussi. È possibile che molti di coloro che oggi sono investiti di prestigio e autorità escano ridimensionati dalla rivoluzione epocale che stiamo vivendo. Sicuramente i prossimi anni vedranno una competizione economica sempre più serrata che selezionerà fatalmente anche su Internet i più forti, sperando anche che siano coloro che sanno produrre i contenuti migliori.

Nel frattempo molti utili correttivi possono esser introdotti a salvaguardia del diritto d'autore e della sicurezza dei più piccoli, per i quali, d'altra parte, già esistono dei filtri protettivi della navigazione. Internet abbisogna di una legislazione al passo con i tempi, che crei poche regole chiare che non intacchino la carica innovativa del nuovo mezzo.

D'altronde, l'industria culturale mi sembra aver già trovato dei nuovi *business* capaci di compensare, almeno parzialmente, le perdite attuali generate dal *download* indiscriminato di canzoni, film e libri, effettuato principalmente tramite i programmi di *file sharing*.

È infatti vero che forse mai come oggi cantanti, attori e registi hanno goduto, grazie alla Rete, di una così vasta popolarità. E mai gli autori hanno venduto un numero così elevato di libri. La popolarità, infine, porta denaro, attraverso passaggi televisivi, nuovi contratti e scritture e vendita di *gadget* (magliette, suonerie, *videogame*), ispirati a personalità o opere di successo.

Certo, si tratta di un mondo nuovo, che dispiacerà ai conservatori, ai pigri, ai tradizionalisti, ai laudatori del tempo passato, ma le società aperte hanno sempre amato la libertà di espressione, l'inquietudine e la turbolenza.

Nessuno può escludere che dall'universo dilettantesco della Rete non possano emergere, grazie alle maggiori opportunità offerte, nuove personalità creative, nuovi talenti innovatori. Non dimentichiamo che uno scrittore di successo, molto bravo, come Roberto Saviano, tanto amato dai giovani, ha esordito scrivendo su un *blog* letterario. E così molti altri nuovi autori, che sul Web hanno pubblicato in anteprima i propri scritti.

Il futuro vedrà probabilmente e già oggi se ne vedono le avvisaglie, uno scambio e una contaminazione fra vecchi e nuovi *media*. Già oggi il famigerato copia-incolla di contenuti non avviene in una sola direzione.

Sicuramente il nostro futuro non si può reggere sul monopolio del sapere e delle informazioni saldamente nelle mani dei cosiddetti esperti; non è auspicabile burocratizzare Internet e permettere solo agli accademici o ai laureati di esprimere il loro pensiero e la loro opinione. L'egemonia dei professori si trasforma facilmente in una "pedantocrazia".

"Il monopolio (*anche quello delle conoscenze*, ndr), è una tassazione sugli uomini attivi, per il mantenimento dell'indolenza, se non delle ruberie, degli uomini inattivi".

Non lo sostiene un *hacker* infatuato delle nuove tecnologie, ma lo sosteneva un compassato quanto grande filosofo dell'Ottocento: John Stuart Mill.

Riferimenti bibliografici:

Brivio, F., Marzulli, M., [Internet per tutti](#), Milano, Apogeo, 2008

Keen, A., [Dilettanti.com. Come la rivoluzione del Web 2.0 sta uccidendo la nostra cultura e](#)

distruggendo la nostra economia, Novara, De Agostini, 2009  
Prati, G., *Web 2.0. Internet è cambiato*, Trento, UNI Service, 2007

<http://www.interruzioni.com/temaweb2.0.htm>

## GIOVANI E SOCIAL MEDIA

di *Jose Gragnaniello* | 6 ottobre 2009

Conoscere, Capire, Relazionarsi, Insegnare.

È questo il riassunto dello studio "[Vivere ed apprendere insieme ai social media](#)" effettuato da Dana Boyle.

Ciò che emerge dalle nuove generazioni è la loro difficoltà a relazionarsi con i vari mondi che li circondano, da Internet agli adulti, quasi come ci fosse un vuoto tra l'una e l'altra cosa.

E proprio gli adulti, i giovani degli anni '60, dovrebbero capire che nulla è cambiato ma si è avuto solamente un **trasferimento delle dinamiche**.

Parlare di qualcuno, commentare eventi accaduti, condividere i propri saperi, ecco cosa fanno i giovani con i media sociali che, **parte integrante** della vita quotidiana degli adolescenti, eliminano ogni distanza, permettono di essere collegati con chiunque ed apprendere ogni prodotto dello scibile umano.

Nelle scuole gli insegnanti sono invitati ad ascoltare e ad assimilare queste tendenze per poi mixare il tutto con la propria saggezza e conferire ai giovani gli **strumenti adatti** per una corretta gestione della propria vita su Internet ed un futuro con meno incertezze.

<http://www.socialmediamarketing.it/>

## I giovani sul web

Uno dei **target più interessanti** per gli **esperti di marketing**, ma anche più difficile da individuare, classificare, e col quale comunicare, è quello dei "giovani". E' già difficile darne una definizione, figurarsi riuscire a coglierne gli aspetti importanti per poter vendere loro qualcosa. E' una fascia di potenziali clienti molto interessante, considerato che passa molte ore su Internet. Come risulta da una [ricerca internazionale di MTV e Nickelodeon](#) insieme a Microsoft Digital Advertising Solutions, (su 18.000 persone provenienti da 16 paesi) molti ragazzi si sono riversati sui *social networks*, principalmente per socializzare.

Un teenager medio ha 94 numeri telefonici memorizzati nel telefonino, 78 persone sulla lista dei contatti messenger e 86 nella propria comunità di *social networking*.

**I ragazzi dai 14 ai 24 anni** hanno gran parte dei propri amici nel mondo online. La cosa incredibile è che di questi **solo una parte incontrati veramente**. Spesso si tratta di amici ritenuti carissimi ma che magari non hanno mai visto di persona, conosciuti appunto su forum, siti, blog.

Sono sempre **connessi ai loro amici** con cui chiaccherano via email, tramite *Istant Messenger*, o nei *social networks*. Di cosa parlano? gossip, piani per il futuro, scuola o lavoro, tv, musica, film.

**Non hanno abbandonato la tv**, verso cui sono ancora molto recettivi, compresa la pubblicità. Sono molto sensibili verso ciò che hanno visto in tv. Molte conversazioni via IM vertono su cosa hanno visto in tv. In altre parole usano i vari media in maniera complementare, non alternativa, facendosi influenzare negli acquisti sia dai media che dal passaparola degli amici.

Interessante la **visione che hanno della tecnologia**. Contrariamente agli esperti di marketing che si affannano nelle definizioni di "web 2.0", "social media", i ragazzi non hanno un rapporto di "amore" con la tecnologia, la considerano - in maniera scontata - uno strumento per scaricare musica o connettersi con gli amici.

Insomma sono immersi nella tecnologia, ma non sono "geeks".

<http://www.wmtools.com/>

## GIOVANI E POLITICA: WEB E SOCIAL NETWORK

Scritto da: Alice

Nel 1968 Marshall McLuhan parlava di "villaggio globale". Nell'era della comunicazione il mondo funziona come un villaggio dove ogni cosa è facilmente raggiungibile. Questo il senso dell'espressione.

A distanza di quarant'anni, pur con alcune contraddizioni, la metafora tiene. Nonostante il villaggio-mondo sia governato da un evidente centro e pulluli di altrettanto evidenti periferie, resta innegabile che la società della comunicazione sia diventata negli anni sempre più interconnessa. In qualche modo sempre più piccola.

Internet è una delle infrastrutture che permettono al villaggio di esistere. Attraverso la rete e nella rete punti lontani si fanno vicini, fondamentali decisioni divengono effettive, il denaro circola. E in internet viaggiano ogni genere di idee, opinioni, discussioni. Tra questi discorsi è centrale quello sul come organizzare il villaggio globale e i suoi "quartieri", quali regole dare, cosa consentire e cosa vietare. È centrale il discorso politico.

Attraverso la rete molti giovani si informano e partecipano al discorso politico. Ciò viene "naturale". Forse più naturale del leggere un giornale, guardare un telegiornale o ascoltare un notiziario radiofonico. Internet è il medium delle nuove generazioni, quello che hanno conosciuto fin da ragazzi o persino da bambini. I genitori no.

In Internet coesistono molteplici "luoghi" di informazione e partecipazione politica visitati dai giovani.

Ci sono i siti di informazione anche o esclusivamente politica. Talvolta questi siti sono emanazione di media di altro tipo, come i quotidiani. In questi casi l'informazione è adattata alle esigenze della rete e sviluppata secondo le sue potenzialità. I pezzi si arricchiscono di link e commenti dei lettori-navigatori.

Ci sono i blog, esclusiva del mondo online. I blog, anche "nostrani", trentini, si moltiplicano. Privati, legati ad associazioni, organi di informazione e discussione di università, istituzioni, partiti. In tutti, la partecipazione giovanile è un dato costante.

Informazione e partecipazione politica giovanili non disdegnano affatto l'ormai celebre Youtube e gli innumerevoli forum che popolano la rete. Molto frequentato dai giovani che vivono o studiano in Trentino è il forum dell'Università di Trento. Gli utenti scambiano opinioni e idee, postano stralci di articoli, rendono pezzi di informazione accessibili dagli altri. Gettonato in questo periodo è, a ragione, il discorso politico.

Non estranei alla partecipazione politica sono infine i social network tra i quali Facebook e MySpace. In Facebook, per esempio, creare il proprio profilo significa, anche, se si vuole, indicare la propria visione politica. Molti scelgono di riempire questo campo pur senza identificarsi in un partito. Alcune descrizioni di visione politica quotate in Facebook sono le seguenti: "la mia", "indipendente", "l'altra", "in mutamento". Insomma, quasi a voler dire "Non sono indifferente alla politica, ma non amo i segnaposto partitici". Su Facebook molti giovani scelgono poi di aderire a un gruppi che presuppongono un impegno in senso ampio politico. Diffusi sono i gruppi europei, così come quelli locali.

Che i giovani usino internet come strumento di partecipazione politica è stato evidenziato anche da alcune ricerche.

Nel luglio di quest'anno, The Gallup Organization ha realizzato un'inchiesta per conto dell'Agenzia Nazionale italiana per i giovani. Sono stati intervistati 1004 giovani, un campione rappresentativo della popolazione italiana tra i 15 e i 30 anni.

Alla domanda "a quale azione politica hai partecipato durante l'ultimo anno?", circa il 17% degli intervistati dichiara di aver espresso la propria opinione in un forum on line. Questa percentuale sale al 24% nel contesto europeo.

In un'indagine realizzata sempre nel 2008, questa volta dall'Anci, sul rapporto giovani e politica si legge: "Anche le nuove tecnologie sono, per le nuove generazioni, uno strumento di partecipazione: l'utilizzo, in particolare del cosiddetto «web 2.0» diventa una modalità di

interazione innovativa, che permette di prendere parte alla vita del gruppo, attraverso modalità «istantanee». Si tratta di forme partecipative che meritano attenzione, in quanto potenziale fondamento di una sorta di «democrazia continua» (Rodotà, Tecnopolitica. La democrazia e le nuove tecnologie della comunicazione, Laterza, Roma-Bari, 2004)».

Non si vuole certo qui suggerire che tutti i giovani si interessino di politica e partecipino alla discussione politica. Né che tutti si servano del web. Si vuole invece rilevare un'evidente tendenza, degna di attenzione. Perché non si cataloghino più sbrigativamente i giovani di oggi come disimpegnati o quasi dormienti.

Disillusi, forse. Restii a schemi e inquadramenti politici, avvertiti spesso come lontani e forzati. Ma non arresi all'esclusione.

Alcuni politici sembrano aver colto l'importanza di questa partecipazione attraverso la rete. Alcuni politici si rendono ben presenti in internet con siti, blog, account nei vari social network.

Sinonimo di interesse verso le idee e le persone che internet mette in comunicazione? Oppure uso della rete quale comodo "tool" elettorale? Ciò resta da vedere ed è materia di giudizio personale. Certo è che internet fornisce una miniera di informazioni a chi vuole capire come i giovani vivano oggi la politica.

<http://blog.perilmiofuturo.it/>

## Facebook mania: pro e contro delle relazioni virtuali

"Sei su Facebook?". È la domanda più comune degli ultimi tempi. I social network, non solo Facebook ma anche Twitter, My Space e altri, sono solo una moda? Oppure lo specchio contemporaneo delle relazioni interpersonali? Ma soprattutto chi cerca "amicizie" virtuali desidera o evita quelle reali? La parola alla dott.ssa Emanuela Mencaglia, psicologa di Humanitas.

Dott.ssa Mencaglia, qual è il segreto del successo dei social network?

"Per capirlo, occorre fare un passo indietro fino alle recenti origini di questo fenomeno. I social network sono nati nelle università americane, per mantenere in contatto gli ex studenti compagni di college. In questo modo a migliaia di chilometri di distanza e dopo anni potevano conservare delle relazioni utili anche in campo lavorativo. Poi alla rete si sono aggiunti in modo spontaneo parenti e amici, proprio perché Internet è alla portata di tutti, è più semplice ed economico da usare rispetto a qualsiasi altro mezzo di comunicazione. E permette non solo di far sapere di sé e scambiare pensieri ma di inviare anche foto, musica, video".

La rete si è poi allargata agli sconosciuti.

"In questo senso il social network ha sostituito la vecchia chat, che alla fine degli anni Novanta era utilizzata per fare amicizia ma spesso anche per trovare l'incontro giusto, la storia d'amore. Oggi Facebook e gli altri siti simili rispondono a questa esigenza, ma sono meno partner oriented rispetto alle chat. L'atmosfera è più leggera e amichevole e fornisce una sorta di alibi ai più timidi. Sul social network infatti ci si espone ma di solito non in modo troppo intimo: quella che si mostra è una 'faccia' tutto sommato pubblica".

Gli aspetti positivi sono molti. Ma quali sono i rischi legati a questo fenomeno?

"Aggiungerei che gli aspetti positivi sono prevalenti. Il social network ci permette di mantenere contatti che altrimenti si perderebbero e aiuta chi, per motivi pratici o per non esserci portato, non riuscirebbe a conservare certe relazioni. Inoltre permette la nascita di gruppi con fini sociali o di solidarietà. Certo, anche il peggio delle persone si esprime su Facebook, un esempio sono i gruppi estremisti, razzisti, ispirati a personaggi o motivazioni discutibili".

Quali sono le conseguenze negative per il singolo?

"Ogni persona deve ricordare che il social network è una finestra sulla propria vita aperta verso 'la piazza' e che quindi non è sempre solo un gioco. La responsabilità personale vale come in tutte le altre situazioni sociali, se ci si espone troppo, divulgando informazioni private e personali, la responsabilità è dell'utente e non certo del mezzo utilizzato. Né tanto meno di chi poi reperisce quelle informazioni online. Voyeurismo e narcisismo trovano grande spazio su Facebook: c'è chi si fa gli affari degli altri, chi non resiste alla tentazione di esibirsi e dice cose che dovrebbe tenere per sé. Occorre fare attenzione a cosa si condivide, altrimenti se ne pagano le conseguenze. Ma c'è un'avvertenza ancora più importante".

Quale?

"I giovanissimi spesso sottovalutano il rischio, tutt'altro che virtuale, di comunicare a sconosciuti il proprio cellulare, l'indirizzo di casa o altre informazioni personali. Sono azioni da evitare, perché il controllo sui social network è molto difficile e c'è il pericolo di essere manipolati e adescati. A questo proposito ci si dovrebbe aspettare un'attenzione maggiore da parte di genitori ed educatori".

Il social network, quindi, unisce o divide?

"Come accadeva per le vecchie chat, chi fatica a socializzare si nasconde dietro il profilo del social network e continuerà a conoscere, e a farsi conoscere, solo attraverso questi mezzi, rimarrà alla finestra a guardare le vite degli altri. Non stigmatizzerei questi strumenti definendoli capaci di rendere le persone sempre più sole e prive di scambi reali e concreti con gli altri, spingendole a chiudersi in casa, potrebbero, invece trovare 'terreno fertile' in alcuni tipi di personalità, già predisposte a questi atteggiamenti. D'altra parte per le persone che non hanno problemi a relazionarsi il social network rappresenta un'opportunità in più per conoscere nuove persone".

A cura di Cristina Bassi

Info: redazione Humanitas Salute

<http://www.humanitasalute.it/index.php/salute-e-attualita/notizie-dal-mo...>