

## La soluzione istituzionale

# Un patentino per insegnare ai ragazzi a difendersi nella jungla dei cyberbulli



**Giuseppe Riva**

*Professore ordinario di Psicologia della comunicazione all'Università Cattolica di Milano. Il suo ultimo libro è Social Network (Il Mulino, 2016)*

**L**a comunicazione mass-mediale ha sempre separato chiaramente i suoi contenuti dallo spettatore e dai suoi comportamenti. Oggi però i social network hanno cambiato radicalmente questa situazione: comunicare nei social media mette inevitabilmente in relazione la nostra soggettività con gli oggetti sociali che ci circondano.

In altre parole, se nella comunicazione mass-mediale televisiva l'utente era uno spettatore passivo, i social media lo hanno trasformato in uno «spettatore», che crea o modifica contenuti esistenti secondo i propri bisogni, e in un «commentatore», che discute i contenuti e li condivide con i propri amici.

I dati disponibili sono emblematici: secondo la ricerca "State of the Selfie" (<http://goo.gl/vqOdTZ>) nel 2015 sono stati condivisi online oltre 90 milioni di selfie al giorno. In un anno vuol dire quasi 34 miliardi di selfie, 5 selfie per ogni abitante della terra. E i selfie sono solo una delle diverse tipologie di informazioni personali disponibili a tutti i frequentatori della Rete: dai dati anagrafici, ai gusti, alle attività preferite, ai posti visitati. Dato che la maggior parte dei social network applica politiche di accesso ai dati personali piuttosto «morbide», ciò rende possibile a loro e ai loro inserzionisti la creazione di veri e propri archivi di utenti completi di dati anagrafici, relazioni e preferenze. Inoltre, se prima era necessario autorizzare una determinata applicazione ogni volta per consentirgli l'accesso ai dati personali ora basta un'unica interazione per aprire le porte del proprio profilo allo sviluppatore di passaggio.

Come dimostrato recentemente da un gruppo di colleghi americani (<http://goo.gl/cwKmNP>), usando delle tecniche avanzate di analisi è

possibile usare questi dati per realizzare una mappa completa delle caratteristiche dei diversi utenti, che includono orientamento sessuale, preferenze politiche e tratti di personalità. È perfino possibile, utilizzando il servizio online realizzato dall'università di Cambridge (<http://applymagicsauce.com/>) ottenere un profilo psicologico personalizzato a partire dall'analisi dei «mi piace» attribuiti alle diverse pagine sulla Rete.

Ma non è solo Facebook che può accedere ai dati dei nativi digitali presenti nei social media. Dai cyberbulli che cercano e diffondono fotografie imbarazzanti, alle aziende che cercano contenuti problematici pubblicati da propri dipendenti o da chi si propone per una posizione.

Eppure, nonostante questi rischi, la maggior parte dei giovani non considera la privacy un valore. Per questo motivo la soluzione migliore e la mediazione attiva dei genitori attraverso il dialogo e la formazione. Se però i genitori non si sentono pronti, che cosa si può fare? Una possibile soluzione potrebbe essere il «patentino» dei social media rilasciato da istituzioni certificate. Se un quattordicenne non ha problemi a studiare per prendere la patente che gli permette di guidare un ciclomotore, non dovrebbe averne a superare un esame che gli consenta di iscriversi a un social network con maggiore consapevolezza e competenza.

Nel frattempo, per destreggiarsi con questi problemi, può essere utile leggere la guida preparata dal Garante della Privacy - Social privacy. Come tutelarsi nell'era dei social network - scaricabile gratuitamente a questo indirizzo: <http://goo.gl/R5cfWG>.

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI