



Finanziato
dall'Unione europea



DigiSkiPasS – Digital Skills Passport for Senior

2023-1-BE01-KA210-ADU-000153530

www.digiskipass.com





Finanziato
dall'Unione europea

EVOLUZIONE DEL WEB E UTILIZZO CONSAPEVOL E DEI SOCIAL NETWORK

Fondazione Sviluppo Europa





Finanziato
dall'Unione europea

L'EVOLUZIONE DEL WORLD WIDE WEB

La creazione del web risale al **1991** ed è attribuita a **Sir Timothy John Berners-Lee** che mise on-line, su internet, il primo sito web utilizzato inizialmente solo dalla comunità scientifica. Nel 1993 il **CERN** decise di rendere pubblica tale tecnologia dando l'avvio alla "era del Web".





Ma che cos'è il web? Una delle definizioni, a cura dello stesso Berners-Lee, ritenuta completa ed ancora attuale, è la seguente:

“W3 is a distributed heterogeneous collaborative multimedia information system”.

Indipendentemente dalla definizione, il punto cardine è che il World Wide Web è in grado di accedere, tramite la rete di un computer, ad una varietà di informazioni e di servizi. Il **www** permette di accedere ai servizi internet, posta elettronica, accedere ai file, salvarli ecc.; il principio su cui è fondato è il **linguaggio HTML (HyperText Markup Language)**.

Attraverso questo linguaggio è possibile inserire un documento, utilizzare dei **link**, cioè dei legami ad altri documenti presenti in altri computer e accessibili tramite il web, attuare l'ipertestualità e tutto questo attraverso un clic che rappresenta la caratteristica principale del web.





IL WEB 1.0

Inizialmente il web veniva definito come “**cyberspazio**”, l'utente “**navigava**” visionando quello che altri decidevano di comunicare. Nel periodo del Web 1.0, per costruire un sito web, era necessario conoscere il **linguaggio di programmazione HTML**.

Il WEB degli esordi, d'ora in poi web 1.0, era caratterizzato dalla presenza di siti web statici: in pratica l'utente poteva visitare i diversi siti web, navigare tra le pagine, leggerne i testi e fruirne i contenuti, passare da un sito a un altro tramite i **link** cioè tramite i **collegamenti ipertestuali** eventualmente presenti tra un sito e un altro. La ricerca di informazioni avveniva attraverso i motori di ricerca che davano – come risultati – una serie di **pagine/siti** rispondenti a quanto cercato, ma senza alcuna interazione con l'utente.





Finanziato
dall'Unione europea



Nel web 1.0 vi è la presenza di un autore responsabile del contenuto pubblicato; il modello di comunicazione è **unidirezionale**, cioè dall'autore all'utente. L'utente è un attore passivo che può solo visionare i contenuti senza poter interagire, il modello di comunicazione è unidirezionale, ma alla fine del Novecento iniziano a diffondersi siti grazie ai quali non si ricevono solo le informazioni create da altri, ma **l'utente** può diventare **creatore di contenuti**, esprimere le proprie idee, crearsi il proprio spazio web.

Inizia il passaggio dal web di prima generazione ad un web più dinamico, il web 2.0.

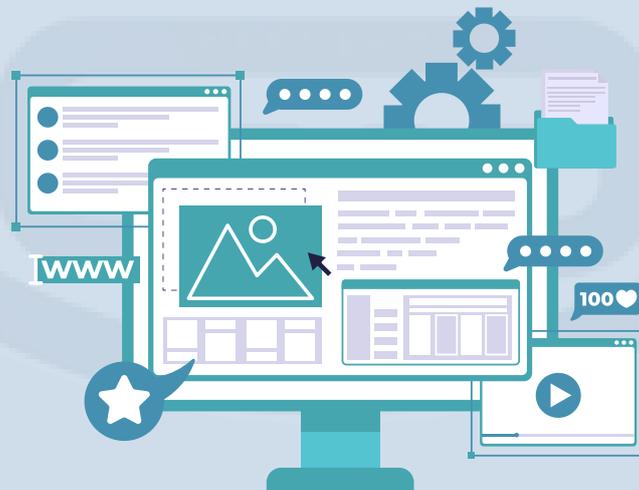




IL WEB 2.0

La terminologia “2.0” è un'espressione utilizzata spesso per indicare uno stato dell'evoluzione rispetto a una condizione precedente. Si indica quindi come Web 2.0 l'insieme di tutte quelle applicazioni online che permettono un elevato livello di interazione tra il sito web e l'utente come i **blog, i forum, le chat, i wiki, le piattaforme di condivisione di media come Flickr, YouTube, Vimeo, i social network come Facebook, Myspace, Twitter, Google+, LinkedIn, Foursquare**, ecc, ottenute tipicamente attraverso opportune tecniche di programmazione Web e relative applicazioni web afferenti al paradigma del Web dinamico in contrapposizione al cosiddetto Web statico o Web 1.0.”

Il termine WEB 2.0 è di origine molto recente poiché è stato coniato nel 2004 e annunciato il 30 Settembre 2004 nella “**web 2.0 conference**” promossa dalla O'Reilly Media , Dale Dougherty e Tim O'Reilly, rispettivamente vicepresidente e presidente della casa editrice.





Finanziato
dall'Unione europea

Questo evento ufficializza la nascita del **web 2.0**.

Il termine si riferisce ad una predisposizione alla **cooperazione** e **condivisione** di **contenuti**, abilitata da software creati per supportare gli scambi nella rete.

Non esiste una definizione univoca in quanto non si tratta di definire un nuovo fenomeno, ma un insieme di caratteristiche tecnologiche e non.



“Il Web 2.0 è la rete intesa come una piattaforma con tutti i dispositivi collegati; le applicazioni Web 2.0 sono quelle che permettono di ottenere la maggior parte dei vantaggi intrinseci della piattaforma, fornendo il software come un **servizio in continuo aggiornamento** e che migliora con l’utilizzo delle persone, sfruttando e mescolando i dati da sorgenti multiple, tra cui gli utenti, i quali forniscono i propri contenuti e servizi in un modo da permetterne il riutilizzo da parte di altri utenti, e creando una serie di effetti attraverso un **“architettura della partecipazione”** che va oltre la metafora delle pagine del Web 1.0 per produrre così user experience più significative”.

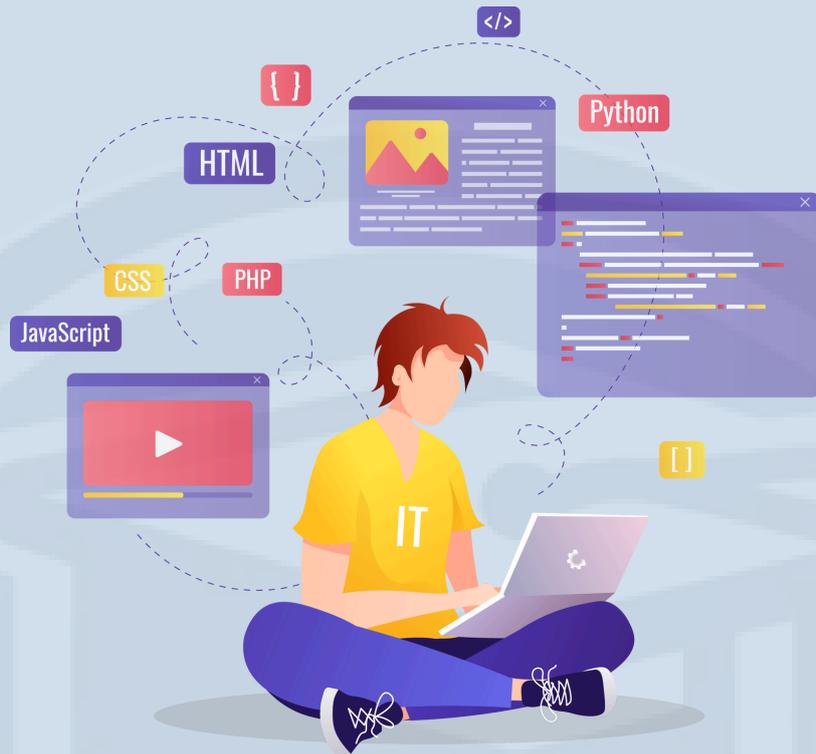




Per comprendere cosa si intende per web 2 in confronto al web 1.0 sono le seguenti:

- **L' approccio collaborativo: Il ruolo dei fruitori della rete è cambiato.** Gli utenti non sono più attori passivi, semplici fruitori dei contenuti messi a disposizione dagli autori del sito, come succedeva durante l'era del web 1.0, ma diventano essi stessi artefici del web, possono arricchire ed aggiornare i contenuti, collaborare on line apportando il proprio contributo e condividendo le conoscenze attraverso l'interazione e la collaborazione con altri soggetti. Si passa quindi da un sistema gerarchico ad un sistema reticolare.





- **La bidirezionalità:** la concezione della unidirezionalità del web 1.0 in cui la trasmissione delle informazioni avveniva dall'alto verso il basso è superata a favore della bidirezionalità. La fruizione dei materiali non è più statica ma dinamica, vi è uno scambio di ruoli e di contenuti. La comunicazione diventa così partecipativa, ogni utente, fruitore della rete diventa egli stesso autore, può contribuire alla diffusione dei contenuti e renderli accessibili.
- **La centralità dell'utente:** Cambia la considerazione che si ha dell'utente, che non è più considerato come un semplice consumatore, fruitore passivo, bensì come protagonista, come soggetto che assume il ruolo anche di autore e questo anche grazie alla implementazione e all'uso di facili di strumenti informatici.





WEB 2.0 VS WEB 1.0

Nel Web 2.0 è possibile:

- creare contenuti, come per esempio **blog**;
- connettere persone con il **social networking**;
- collaborare on-line con i **googledocs**;
- connettere servizi/basi dati con **flickrmaps**.



Questa svolta è data dalla moltiplicazione dei nuovi strumenti informatici, in particolare gli smartphone e i tablet, che consentono la condivisione on-line di informazioni, superando il limite sia temporale che spaziale.

Questa condivisione è possibile grazie alla semplicità dell'uso dei **social network**, alla possibilità di rimanere costantemente in contatto al fine di condividere opinioni, notizie, esperienze.

Le peculiarità del Web 2,0 sono dunque: informazione, interazione, condivisione, partecipazione, contributi creati dagli utenti, connessione a reti sociali attraverso la diffusione di strumenti e applicazioni di facile uso.





WEB 2.0 E I SOCIAL NETWORK

I due concetti chiave del web 2.0 sono:

- la **condivisione**
- la **partecipazione.**

L'evoluzione rapida di internet ha portato alla creazione di nuovi servizi che costituiscono la base del Web 2.0. L'avanzamento di strumenti come e-mail, mailing list e web forum ha dato vita alle “**comunità di apprendimento**” (Anne Brawn e Joe Campione, 1990), dove gli utenti collaborano per costruire e condividere conoscenze in ambienti virtuali. Queste comunità si sono trasformate grazie alle nuove tecnologie, che hanno introdotto nuove modalità di apprendimento. Con la diffusione delle tecnologie, che mediano la conoscenza nell'educazione, il concetto di sapere condiviso e negoziato è diventato centrale. La conoscenza si sviluppa attraverso l'interazione con altri **utenti della rete**, favorendo la condivisione delle conoscenze e potenziando l'apprendimento.

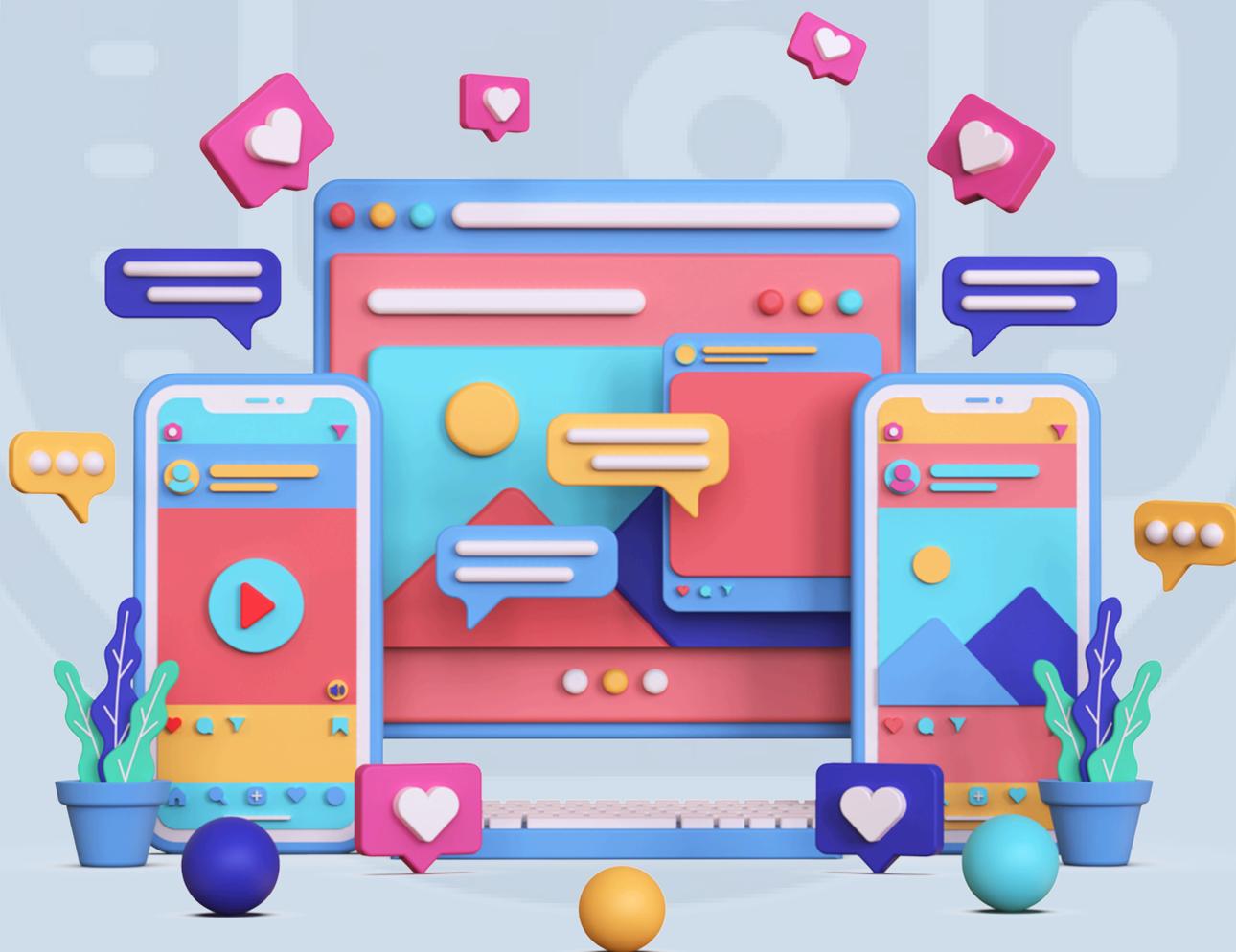




Finanziato
dall'Unione europea

L'incontro online tra persone ha generato un altro tipo di comunità, quella virtuale, portando a nuove forme di comunicazione che hanno cambiato radicalmente il nostro modo di pensare, le abitudini e i costumi: i social network.

I **social network** sono comunità virtuali che permettono agli utenti di creare e far parte di reti di individui. Questi portali consentono alle persone di incontrarsi, comunicare e condividere la propria vita con altri individui, senza limiti di spazio.





Finanziato
dall'Unione europea

REGISTER NOW >



Per usufruire dei **social network** bisogna effettuare una **registrazione** fornendo i dati per la compilazione del proprio **profilo** con informazioni su di sé.

L'iscritto può arricchire il suo profilo con **foto, video, musica**, può interagire con altri utenti sia attraverso gruppi tematici partecipando alle **discussioni**, che con messaggi personali, e scambiare materiale; può creare una lista di "**amici**" con cui condividere informazioni ed interagire con quella di altri utenti compresi nella sua lista.

- I social network diventano anche **motori di ricerca** dove l'utente può ricercare altre persone.



La Community digitale è costituita da un gruppo di persone che si unisce per:

- socializzare,
- trovare informazioni,
- condividere interessi,
- cercare lavoro,
- sviluppare il business della propria azienda.





L'individuo che fa parte di una Community, sviluppa un senso di **identificazione** e di **appartenenza** a un gruppo, accede al bagaglio culturale degli utenti che ne fanno parte.

L'uso dei social network ha avuto un grande exploit negli ultimi anni e ha coinvolto numero sempre maggiore di utenti non solo giovani, sono diventati indispensabili per dialogare, per frequentare blog, usare la posta elettronica, acquistare on line, per cercare e diffondere informazioni anche in tempo reale.

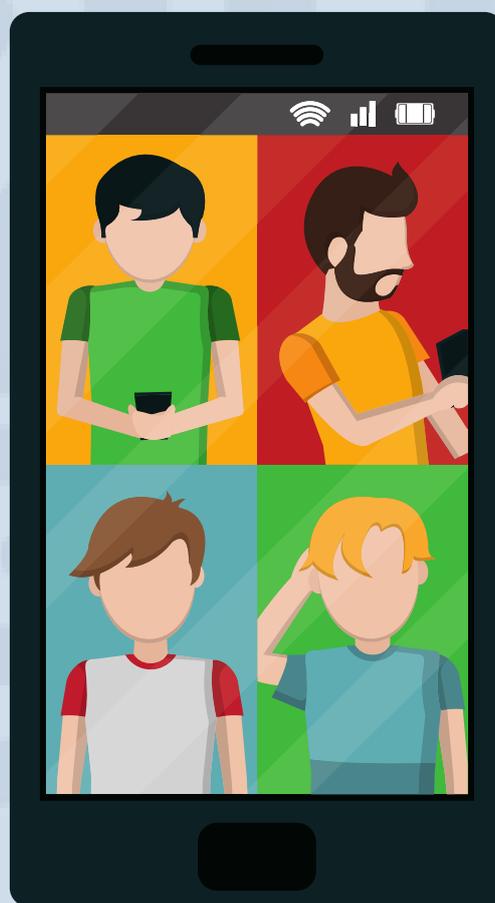


CARATTERISTICHE DEI SOCIAL NETWORK

I social network sono caratterizzati da tre elementi:

1. la **creazione del profilo**
2. la costituzione di una catena di **amici/follower**
3. la gestione dei **commenti**

Alcuni social network inoltre, vengono utilizzati per stimolare **l'apprendimento**, per supportare la **didattica**, stimolando la **comunicazione**, il per e-learning.

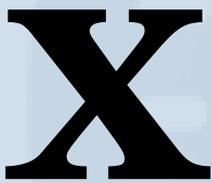




- **Facebook:** si accede gratuitamente, occorre avere minimo tredici anni, un indirizzo di posta elettronica, e può essere utilizzato come motore di ricerca per rintracciare delle persone ed è il sito più popolare al mondo.



- **LinkedIn:** è un sito progettato per scopi professionali, per cercare lavoro o per scoprire le opportunità di vendita. Occorre sempre creare un profilo per l'iscrizione.



- **X/Twitter:** è un servizio gratuito di social networking a cui si accede iscrivendosi con il proprio profilo, scegliendo la lingua da utilizzare, ed offre agli utenti una pagina personale aggiornabile tramite messaggi di testo, viene utilizzato anche per scopi didattici, in quanto offre un ambiente di lavoro collaborativo.



- **Instagram:** è un social network che permette agli utenti di scattare foto, applicarvi filtri, e condividerle in rete, creare reel e vetrine per lo shop online.



- **TikTok** è uno dei social più popolari del momento, utilizzato soprattutto da utenti giovani e giovanissimi che condividono brevi video, partecipano alle sfide della community e interagiscono tra loro a colpi di like e commenti.





Finanziato
dall'Unione europea

USO CONSAPEVOLE DEI SOCIAL NETWORK

Sono ormai tantissimi gli utenti della rete che utilizzano quotidianamente i Social. Sono semplici da usare, ci tengono in contatto con i nostri amici, ci aiutano a trovarne di nuovi, spesso offrono passatempi e giochi, il più delle volte sono gratuiti.

Tutte insieme queste piattaforme di comunicazione contano **centinaia di milioni di utenti** sparsi per il pianeta e la loro crescita sembra inarrestabile.



Ognuno di questi strumenti ha caratteristiche proprie e diverse finalità di utilizzo. Ad esempio Facebook è contenitore generalista che punta tutto sulle amicizie, X è un cosiddetto “microblogging” che ha come obiettivo la condivisione di pensieri e stati d’animo, Youtube e tiktok condividono rispettivamente video ma con target, formato, scopi e durata differenti.

Insomma ce n’è per tutti i gusti, per non parlare del resto degli altri social più o meno noti: dai gusti musicali o letterari, fino alle esperienze di lavoro, qualsiasi aspetto riguardante i nostri interessi e più in generale della nostra vita può essere confrontato e condiviso con gli altri.





LINEE GUIDA SUL BUON USO DEI SOCIAL NETWORK

Questi servizi offrono un profilo dettagliato di chi siamo e le nostre informazioni, anche private, possono essere accessibili a tutti gli utenti registrati. Una regola semplice è decidere quante **informazioni personali** pubblicare e come condividerle. È divertente inserire i nostri gusti e interessi, ma può essere rischioso rendere questi dati pubblici. Occorre riflettere prima di inserire informazioni e decidere cosa pubblicare e a chi renderlo visibile. Tutti i social permettono di modificare le impostazioni della **privacy**, quindi è importante esplorare queste opzioni e impostare i criteri di pubblicazione dei dati.

Inoltre, molti social offrono servizi gratuiti finanziati tramite **inserzioni pubblicitarie**, e le aziende possono vendere i nostri dati agli inserzionisti, con un potenziale uso improprio dei dati personali.





Di seguito alcune regole chiave sull'uso dei social network:

- **utilizzare password diverse** se si utilizzano più social, e da altri account creati altrove (caselle email, forum, chat ecc.). Evitare di usare la stessa password per qualsiasi servizio che decidiamo utilizzare. E soprattutto creiamo una password che solo noi possiamo ricordare, quindi evitiamo nomi generici facilmente reperibili da altri.
- **non passare troppe ore davanti al pc.** Passare molto tempo all'interno dei social network può portare ad isolarci dagli altri.
- **non pubblicare materiale (ad esempio immagini e video) di cui non si conosce la provenienza.** Data la natura della rete, è facile pubblicare inconsapevolmente materiale coperto da diritto d'autore e incappare in sanzioni.





Finanziato
dall'Unione europea

IDENTITÀ REALE E VIRTUALE

Questi elementi ci portano ad un'altra riflessione: molti di noi sono abituati ad utilizzare le chat o i forum, i blog. Rispetto a questi strumenti, ancora molto utilizzati in realtà, i social offrono una novità importante.



Essi introducono la corrispondenza fra l'**identità del mondo reale** e quella "**virtuale**". Se nelle chat e nei forum era prassi comune utilizzare dei **nickname**, nei social moderni come Facebook, di solito inseriamo i nostri nome e cognome. Anzi, spesso inseriamo una nostra foto, se non delle vere e proprie gallerie di immagini (magari delle nostre ultime vacanze al mare o della nostra festa di compleanno). Quindi, non solo pubblichiamo aspetti riguardanti **la nostra vita**, ma la riconduciamo chiaramente a noi stessi, in modo univoco ed evidente.

Teniamo quindi ben presente anche questo elemento dal momento in cui decidiamo di utilizzare questi servizi.





LA PRIVACY E I RISCHI CONNESSI ALL'USO DEI SOCIAL NETWORK

I social servono per dialogare con amici e fare nuove conoscenze. Avere molti amici è importante, e stabilire **nuovi contatti online** può essere piacevole. Tuttavia, aggiungendo persone che non conosciamo direttamente, permettiamo loro di **accedere a tutte le informazioni pubblicate** sul nostro profilo, come l'elenco degli amici, foto, video e pensieri sulla bacheca. Spesso gli utenti competono per avere il maggior numero di amici, **accumulando** centinaia o migliaia di **contatti**. Questa pratica è perlopiù inutile e rischiosa per la privacy, poiché un perfetto **sconosciuto** può conoscere dettagli personali. È quindi importante selezionare attentamente i contatti, valutando sia le richieste di amicizia ricevute che quelle inviate. Se si decide di accettare molte amicizie, è consigliabile capire chi sia il nuovo contatto ed eventualmente **eliminarlo** se non convince. La regola base è inserire nella rete dei contatti solo persone conosciute anche nella vita reale.





CYBER BULLISMO E FURTO D'IDENTITÀ

Non tutti sono chi dicono di essere. In rete sono possibili i **furti d'identità**, dovuti anche a forme di "**cyberbullismo**" (ad opera magari dei compagni di classe che l'utente che sta aggiungendo nelle proprie amicizie) che mirano a danneggiare o semplicemente a prendere in giro la vittima di turno. In poche parole, il **nuovo contatto** che aggiungiamo ai nostri contatti, in alcuni casi, potrebbe essere un **falso profilo**.

USO IMPROPRIO ED EFFETTI INDESIDERATI DEI SOCIAL NETWORK

Quando agiamo sui social, possiamo sentirci falsamente sicuri, pensando che il contesto virtuale sia separato dalla vita reale. Tuttavia, ciò che scriviamo e pubblichiamo può avere conseguenze indesiderate nel mondo reale, anche dopo molto tempo. Fatti di cronaca mostrano licenziamenti o tensioni sul lavoro causati da pubblicazioni imprudenti.

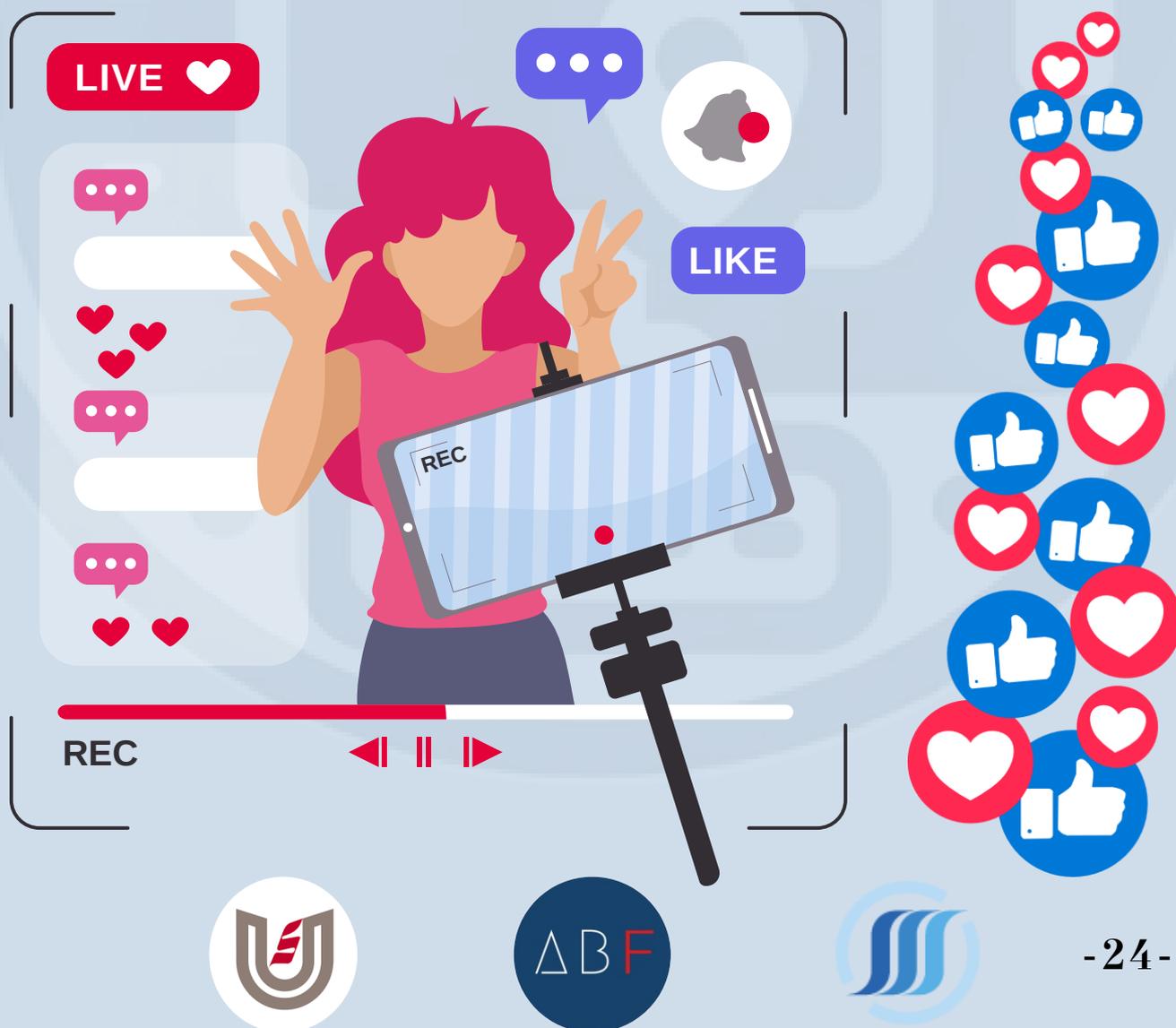
Dobbiamo quindi essere attenti a esprimere pensieri su cose e persone, che potrebbero essere letti da altri, come un datore di lavoro. È importante decidere quanto rendere pubblici i nostri contenuti. Ad esempio, un responsabile del personale potrebbe cercare informazioni sui candidati online, e un profilo social completamente pubblico potrebbe essere dannoso.





IL RISPETTO DEGLI ALTRI

Quando interagiamo sui social, ci relazioniamo con altre persone della community. Il rispetto e un **linguaggio adeguato** sono fondamentali. Ogni social ha una **policy** specifica che dovremmo leggere, poiché la violazione può comportare la **sospensione** o il **ban** dell'account. Per interagire civilmente, è importante **non usare linguaggio offensivo** e non aderire a gruppi che incitano all'odio. Possiamo ferire involontariamente la **sensibilità altrui**, ad esempio pubblicando immagini indesiderate o prendendo in giro qualcuno. Riflettiamo sempre due volte prima di pubblicare fatti privati di un'altra persona.





CANCELLARE IL PROPRIO ACCOUNT DA UN SOCIAL

Se decidiamo di non utilizzare più un determinato social, perché magari lo riteniamo noioso o perché non va più di moda, ricordiamoci sempre di chiudere il nostro account.

In particolare facciamo caso a quali **opzioni di disattivazione** sono offerte dal servizio. Spesso le procedure di chiusura del nostro account **non sono** così **immediate**, perché ovviamente i social non hanno di solito l'interesse a che si abbandoni il loro software. In particolare impariamo a distinguere fra **“disattivazione”** e **“cancellazione”**:



- la **disattivazione** “sospende” semplicemente il nostro account, i nostri dati vengono conservati nei server del social in questione, e può essere sempre riattivato in un secondo momento.
- la **cancellazione** implica la chiusura definitiva dell'account e la perdita di tutti i dati da noi inseriti nel nostro profilo.

Di solito cancellarsi definitivamente può risultare più difficile, perché la voce di cancellazione può essere nascosta fra le opzioni del servizio.

