

I SOCIAL NETWORK

Social Network tradotto in italiano significa ‘reti sociali’. Con questa espressione usata nella *social network analysis*, si indicano gruppi di persone connesse tra loro da un qualsiasi tipo di legame che si relazionano costituendo una comunità.

Oggi, l’espressione Social Network è più comunemente usata per indicare lo strumento utilizzato per creare e mantenere reti virtuali e comunità on-line, che più correttamente si chiama *Social Network Sites* (SNS).

Un servizio di Social Network consiste in una struttura informatica che gestisce nel Web le reti basate su relazioni sociali. La struttura è identificata per mezzo di un sito web di riferimento del Social Network.

Gli studiosi Boyd-Ellison definiscono Social Network Sites quei servizi web che permettono la creazione di un profilo pubblico o semi-pubblico all’interno di un sistema vincolato; l’articolazione di una lista di contatti; la possibilità di scorrere la lista di amici dei propri contatti. Attraverso ciò questi servizi permettono di gestire e rinsaldare online amicizie preesistenti o di estendere la propria rete di contatti.

NASCITA E TIPI DI SOCIAL NETWORK

Il concetto che tramite i singoli computer collegati elettronicamente si potesse costituire un’ampia interazione sociale e la creazione di reti fu ipotizzato già alla fine degli anni settanta. In questa direzione si svilupparono molte iniziative che, prima ancora della nascita del World Wide Web (1992), consentivano agli utenti collegati in rete di interagire attraverso reti di comunicazione mediate dal computer.

Negli anni novanta, con lo sviluppo di internet, nacquero i primi siti web di comunità online (*Geocities* nel 1994, *Tripod* nel 1995). Il concetto di questi siti era quello di raggruppare le persone interessate ad argomenti comuni e consentire loro di interagire attraverso chat o homepage personali che favorivano la pubblicazione di contenuti realizzati dagli stessi utenti: tale meccanismo precorse il fenomeno del blogging che è tuttora in una fase di forte espansione.

Alcune comunità ebbero un approccio diverso, in quanto decisero di porre l’accento sui legami esistenti tra ex compagni di scuola (*Classmates* nel 1995); da un approccio simile nascerà anche *Facebook* (2004).

Alla fine degli anni novanta si sviluppò un altro modello di social network con lo scopo di condividere opinioni tra consumatori (*Epinions* nel 1999).

Negli anni successivi ci fu la successiva onda dello sviluppo dei social network che li avrebbe fatti emergere tra i siti più noti e visitati del web, arrivando in alcuni casi ad essere comprati da compagnie molto più grandi.

Innanzitutto vi fu *Friendster*, nato nel 2002, oggi usato prevalentemente in Asia, che Google cercò di acquisire nel 2003. Fu successiva la nascita, sempre nel 2003, di *MySpace*, che nel 2005 ebbe un numero di pagine visitate più alto di quello di Google e che nello stesso anno fu acquistato dalla News Corporation di Robert Murdoch.

Il 2004 ha visto l'emergere di *Facebook*, nato nell'ambiente dell'università di Harvard e poi sviluppatosi in rapida crescita, in termini di dimensioni, fino a diventare il sito di social network di maggiore successo nel mondo.

Nel mondo dei social network, il fenomeno di successo più recente è *Twitter*, nato nel 2006 ma affermatosi tra il 2008 e il 2009, diventato, dopo *Facebook* e *MySpace*, il terzo sito di social network più visitato.

Si stima che oggi esistano oltre 200 siti di social networking.

USI DEI SOCIAL NETWORK

In generale, i siti di social network consentono agli utenti di creare un proprio profilo con descrizioni, foto, filmati e collegamenti ad altri siti. Ogni utente può attivare un collegamento ("diventare amici") con altri utenti tramite invito. Nella maggior parte dei servizi di social networking, l'utente che ha ricevuto da un altro utente l'invito ad attivare il collegamento deve accettarlo per poterlo attivare. In genere è inoltre possibile bloccare un membro indesiderato o essere membro di un gruppo comunitario all'interno della rete, costituito da utenti che condividono interessi comuni o altre affiliazioni.

Le persone si iscrivono ai social network per le stesse ragioni per cui si frequentano gruppi e associazioni nel mondo reale: fare amicizia, offrire e cercare aiuto, incontrarsi con persone che condividono interessi o stili di vita. Nei social network sono disponibili di solito una serie di controlli della privacy che permettono all'utente di scegliere chi può visualizzare il loro profilo o contattarli. Le reti sociali più diffuse non richiedono denaro per l'adesione. Solo per alcune di esse sono previsti servizi aggiuntivi a pagamento. Questo dipende dal fatto che le aziende vendono pubblicità online sul loro sito e di conseguenza cercano di attirare il maggior numero di utilizzatori possibile.

IL CASO DI FACEBOOK

Facebook è il sito di Social Network più diffuso. Facebook è stato fondato il 4 febbraio 2004 da Mark Zuckerberg, all'epoca studente diciannovenne presso l'università di Harvard. Il nome del sito si riferisce agli annuari (che si chiamano, appunto, "*Facebook*") con le foto di ogni singolo membro che alcuni college pubblicano all'inizio dell'anno accademico e distribuiscono ai nuovi studenti ed al personale della facoltà come mezzo per conoscere le persone del campus.

Lo scopo iniziale di Facebook era di far mantenere i contatti tra studenti di università e licei di tutto il mondo, ma col tempo si è ampliato e oggi è diventato una rete sociale che abbraccia trasversalmente tutti gli utenti di Internet.

Secondo i dati forniti dal sito stesso, 2010 il numero degli utenti attivi ha raggiunto e superato i 500 milioni in tutto il mondo. Secondo i dati forniti da Facebook e raccolti nell'Osservatorio Facebook, gli utenti italiani nel mese di ottobre 2010 sono 17,3 milioni.

Chiunque abbia più di 13 anni può iscriversi sul sito www.facebook.com. Gli utenti possono fare parte di una o più "reti", ad esempio quella della scuola superiore, del luogo di lavoro o la regione geografica. Una volta effettuato l'accesso e creato un proprio profilo, che può contenere foto e liste di interessi personali, si possono cercare attraverso il nome o l'indirizzo mail i propri amici e conoscenti iscritti a Facebook.

Su Facebook è possibile:

- **Comunicare**

Con i tuoi contatti (definiti "amici"), puoi scambiare messaggi privati o pubblici (in bacheca) e accedere alla chat per inviare e ricevere messaggi in tempo reale. La visione dei dati dettagliati del profilo è ristretta ad utenti della tua stessa rete o agli "amici" confermati.

- **Caricare contenuti**

Puoi pubblicare sul profilo fotografie, video, link ad altri siti.

- **I mini feed**

Il "mini-feed" mostra le tue azioni e quelle degli amici in una timeline pubblica non molto diversa da quella di Twitter. La differenza è che con gli aggiornamenti di Twitter si decide direttamente cosa sarà condiviso, mentre con il newsfeed di Facebook ogni azione viene monitorata e trasmessa a tutti i contatti presenti nella tua lista di amici.

- **Collegarti tramite il cellulare**

Facebook include alcuni servizi che sono disponibili sul dispositivo mobile, come la possibilità di caricare contenuti, di ricevere e rispondere ai messaggi, di mandare e ricevere

"poke" e scrivere sulla bacheca degli utenti usando SMS, e la possibilità di navigare sul network.

- **Iscriverti a gruppi**

I gruppi sono delle community interne a Facebook in cui si riuniscono tutti gli utenti che si sentono rappresentati dal gruppo stesso. Esistono gruppi su svariati argomenti, da quelli seri a quelli goliardici. All'interno dei gruppi è visibile una bacheca e uno spazio di discussione e c'è la possibilità di caricare immagini e video.

- **Giocare**

Sono state sviluppate ad hoc numerose applicazioni, che hanno permesso una rapida diffusione di semplici videogiochi online interattivi, ad esempio Pet Society (classificata come l'applicazione Facebook più popolare nell'aprile 2009), Farmille (che ha raggiunto 11 milioni di utenti attivi quotidianamente) e Mafia Wars, arrivato a giugno 2009 a 5 milioni di utenti.

Come per gli altri Social Network, i rischi di Facebook sono in gran parte collegati alla diffusione di informazioni personali. Quindi è importante agire opportunamente sulle impostazioni del profilo per limitare la diffusione dei dati personali, è inoltre consigliabile non fornire informazioni "sensibili" come numeri di telefono e indirizzo di casa.

COME ISCRIVERSI A FACEBOOK


La registrazione è gratuita ed i dati di base sono essenzialmente pochi.

1. Collegarsi su www.facebook.com. Appare così la pagina iniziale del sito, come in figura.



2. Inserire, dunque, i dati richiesti per l'iscrizione:

- Nome e cognome
- E-mail
- Password per accedere a Facebook
- Sesso
- Data di nascita

This is a close-up of the registration form from the previous image. The title 'Iscriviti' is in large blue font, followed by the subtitle 'È gratis e tutti possono iscriversi.' The form fields are: 'Nome completo:' with the placeholder 'Nome cognome'; 'La tua e-mail:' with the placeholder 'tuaemail@tuaemail.it'; 'Nuova password:' with a masked password '●●●●●●●●'; 'Sono:' with a dropdown menu set to 'Uomo'; and 'Data di nascita:' with three dropdown menus for day (2), month (marzo), and year (1975). Below these fields is the text 'Perché dovrei dirvelo?'. The green 'Iscriviti' button is circled in red. At the bottom, there is a small disclaimer: 'Cliccando su "Iscriviti", dichiari di aver letto e accettato le Condizioni d'uso e la Normativa sulla Privacy.'

- Una volta inseriti i dati richiesti, apparirà la pagina di conferma, in cui si visualizza un codice di sicurezza composto da numeri e caratteri. Esso va copiato nello spazio sottostante. E' un controllo indispensabile per evitare la registrazione automatica da parte degli spider. In pratica, così facendo dimostrate d'essere una persona. Gli spider, di fatto, non sono perfettamente in grado di leggere e riprodurre i caratteri di una foto.

Iscriviti
È gratis e tutti possono iscriversi.

Controllo di sicurezza
Inserisci **entrambe le parole** in basso, **separate da uno spazio**.
Non riesci a leggere le parole in basso? Prova parole diverse o un captcha audio

got waved

Riscrivi qui:

[← Indietro](#)

- Facebook invia una email di conferma. Una volta verificata la pagina di sicurezza, Facebook invia all'indirizzo di posta elettronica, indicato nella fase di registrazione, una email di conferma. Arriva in pochi minuti. Controllare la posta elettronica e cliccare sul link di conferma, posto all'interno della email inviata da Facebook, per attivare l'account.

La tua e-mail: ✓ Indirizzo webmail valido

Password:

Sarai reindirizzato sul sito di Yahoo! dove dovrai inserire indirizzo e-mail e password.

[Trova persone con cui chatti](#)

5. Al primo ingresso sono chieste alcune informazioni facoltative sulle scuole che si ha frequentato e le aziende in cui si ha lavorato. Si può decidere se compilarle subito oppure saltarle cliccando sul link "Salta questo passaggio", posto in basso a destra. Queste informazioni possono infatti essere documentate anche in un secondo momento.

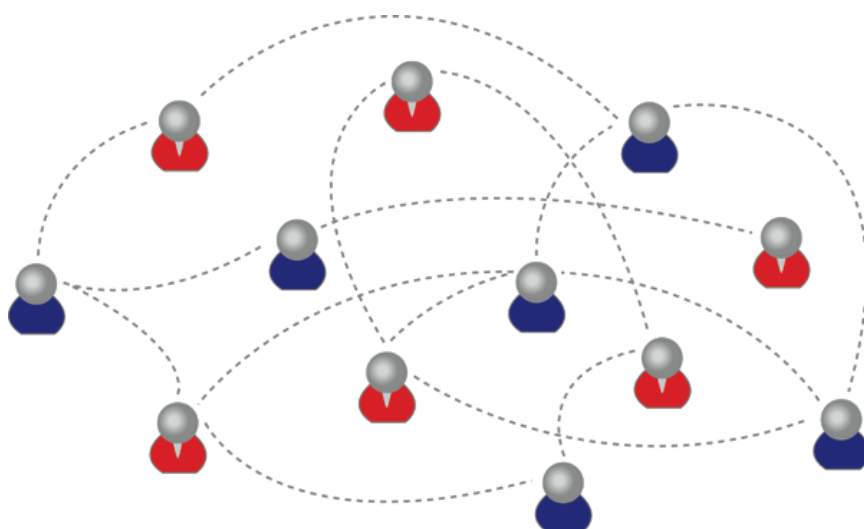
The screenshot shows a web form titled "Inserisci le tue informazioni personali nel profilo" (Step 2 of 3). The form asks for educational and work history. It includes input fields for "Scuola superiore:", "Università:", and "Azienda:", each followed by an "Anno di maturità:" dropdown menu. A blue "Salva" button is located below the "Azienda" field. At the bottom right, there is a link "Salta questo passaggio" with a right-pointing arrow.

L'iscrizione a Facebook è avvenuta correttamente. Da questo momento in poi è possibile accedere al sito, inserendo il logonid (in genere l'email) e la password, ed iniziare a ricercare i vecchi amici, compagni di studio o colleghi. E molto altro ancora. Tutto gratis.

ORIGINE DELLE TEORIE SULLE RETI SOCIALI

L'analisi delle reti sociali ((EN) *social network analysis* o *SNA*), a volte detta anche teoria della rete ((EN) *network theory*), è una recente metodologia di analisi delle relazioni sociali sviluppatasi a partire dai contributi di Jacob Levi Moreno, il fondatore della sociometria, scienza che analizza le relazioni interpersonali. Nella teoria delle reti sociali (*social network theory*) la società è vista e studiata come rete di relazioni, più o meno estese e strutturate. Il presupposto fondante è che ogni individuo (o *attore*) si relaziona con gli altri e questa sua interazione plasma e modifica il comportamento di entrambi. Lo scopo principale dell'analisi di network è appunto quello di individuare e analizzare tali legami (*ties*) tra gli individui (*nodes*). Diverse classi di misure sono disponibili in letteratura, rivolte fra l'altro all'esame delle proprietà di rete nel loro complesso (coesione, centralità, ...), alla ricerca di sottoreti specifiche (gruppi, egonet) ed alla ricerca di somiglianze fra reti (equivalenza strutturale, automorfica e regolare). Nel suo sviluppo la SNA ha fatto ampio uso di temi, concetti e strumenti di una branca della matematica nota come teoria dei grafi. Il suo sviluppo in parte autonomo ha tuttavia portato a volte all'utilizzo di una terminologia indipendente. Così, capita spesso che, leggendo manuali di *network analysis*, ci si riferisca a concetti propri della teoria dei grafi con termini diversi. Laddove possibile, sarebbe comunque buona norma riunificare la terminologia, e sforzi in tal senso cominciano ad essere fatti.

COS'E' UNA RETE SOCIALE



Una rete sociale (in inglese *social network*) consiste di un qualsiasi gruppo di persone connesse tra loro da diversi legami sociali, che vanno dalla conoscenza casuale, ai rapporti di lavoro, ai vincoli familiari. Le reti sociali sono spesso usate come base di studi interculturali in sociologia e in antropologia. La ricerca condotta nell'ambito di diversi approcci disciplinari ha evidenziato come le

reti sociali operino a più livelli (dalle famiglie alle comunità nazionali) e svolgano un ruolo cruciale nel determinare le modalità di risoluzione di problemi e i sistemi di gestione delle organizzazioni, nonché le possibilità dei singoli individui di raggiungere i propri obiettivi. La diffusione del web e del termine *social network* ha creato negli ultimi anni alcune ambiguità di significato. La rete sociale è infatti storicamente, in primo luogo, una rete fisica. La versione di Internet delle reti sociali (Social media) è una delle forme più evolute di comunicazione in rete, ed è anche un tentativo di violare la "regola dei 150". La rete delle relazioni sociali che ciascuno di noi tesse ogni giorno, in maniera più o meno casuale, nei vari ambiti della nostra vita, si può così "materializzare", organizzare in una "mappa" consultabile, e arricchire di nuovi contatti. L'evoluzione della Rete rappresenta una rivoluzione culturale che propone un nuovo modo di comunicare, socializzare e creare che abilita la creatività, la condivisione di informazioni e soprattutto la collaborazione fra utenti. Si è passati da una società in cui i principali mezzi di comunicazione erano quelli di massa, unidirezionali, a una società in cui lo scambio di informazioni avviene tra utenti, many to many, grazie alle logiche del web partecipativo; si è passati da un'era in cui il brand era il protagonista, a un'era in cui il singolo soggetto è il protagonista. Le cosiddette web community o social network su web sono una delle forme più evolute di comunicazione in internet. La rete delle relazioni sociali che ciascuno di noi tesse ogni giorno, in maniera più o meno casuale, nei vari ambiti della nostra vita, si può così arricchire di nuovi contatti. I Social media sono diventati oramai una parte integrante della società moderna e ci sono addirittura dei social network che hanno una base di utenti maggiore della popolazione di moltissimi paesi.

Esistono siti di nicchia virtuale per ogni tipo di specialità e interesse; ci sono siti che consentono di condividere foto, video, aggiornamenti di stato e altri che permettono di conoscere nuove persone e ritrovare vecchi amici. Sembra proprio che ci sia una soluzione sociale per ogni tipo di necessità.

I social network più diffusi nel mondo sono: *Facebook, MySpace, Hi5, Flickr, Skyrock, Friendster, Tagged, LiveJournal, Orkut, Fotolog, Bebo.com, LinkedIn, Badoo.Com, Multiply, Imeem, Ning, Last.fm, Twitter, MyYearbook, Vkontakte, aSmallWorld, Windows Live, Xiaonei.*

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a dark blue rectangular background.

Link	www.facebook.com
Inventore	Mark Zuckerberg
Iscritti	500 milioni (2010)
Vantaggi	Ha una piattaforma aperta, molto facile da usare, su cui gli utenti sono liberi di aggiungere altri contenuti (giochi, strumenti per condividere foto, link a notizie, ecc)
Svantaggi	L'interfaccia utente è rigida, poco personalizzabile. Difficile trovare altri utenti con il motore di ricerca. Non c'è la versione in italiano.



Link	http://www.myspace.com/
Inventori	Chris de Wolfe & Tom Anderson
Iscritti	120 Milioni
Vantaggi	Il più grande social network. Ha anche una versione italiana. Ha un'interfaccia modellabile dall'utente. Ottimo per scoprire nuovi gruppi musicali.
Svantaggi	Tutti possono commentare. Il che porta molto spam.

The Orkut logo, with the word "orkut" in a pink, rounded font and the word "beta" in a smaller, grey font to its right.

Link	http://www.orkout.com/
Inventore	Orkut Buyukkokten (<i>dipendente di Google</i>)
Iscritti	47 Milioni
Vantaggi	Ha una versione italiana. Possibilità di creare forum interni.
Svantaggi	Molto spam, troppi profili fasulli.



Link	http://www.linkedin.com/
Inventore	Reid Hoffman
Iscritti	15 Milioni
Vantaggi	Specializzato nei contatti di lavoro. Garanzia sulle vere identità degli iscritti. Grande serietà generale.
Svantaggi	Difficile rimuovere il proprio profilo, una volta che si vuole andare via. Non c'è la versione italiana.



Link	http://www.bebo.com/
Inventori	Michael e Xochi Birch
Iscritti	38 Milioni
Vantaggi	Ben accessibile anche da cellulare. Sta per lanciare una versione italiana. Incorpora servizi di messaggeria istantanea.
Svantaggi	Ci sono state polemiche perché è usato da giovanissimi e bambini.



Link	http://www.friendster.com/
Inventore	Jonathan Abrams
Iscritti	57 Milioni
Vantaggi	La ricerca di utenti è molto flessibile e funzionale.
Svantaggi	Molto lunga la procedura di attivazione di un profilo. Non ha una versione in italiano.

VANTAGGI E SVANTAGGI DELLA NUOVA INTERAZIONE SOCIALE

Lo sviluppo dei social network ha inevitabilmente portato delle conseguenze nel cambiamento delle interazioni sociali, sia positive che negative.

VANTAGGI:

- SONO RELATIVAMENTE ECONOMICI: più passa il tempo, più i mezzi si perfezionano e i prezzi dei supporti e dei servizi diventano bassi (com'è successo per la stampa). Tra l'altro gli uffici, e gli enti pubblici offrono la connessione gratuita ai propri utenti (scuole, università e biblioteche).

- LA COMUNICAZIONE E L'INFORMAZIONE AVVENGONO IN TEMPO REALE: è un metodo veloce che permette di comunicare in tempo reale a qualsiasi distanza ci si trovi e con qualunque parte del mondo. Così facendo si sono diminuite le distanze e le informazioni vengono scambiate istantaneamente e si può sempre essere aggiornati sui fatti di cronaca, su aggiornamenti culturali, o anche semplicemente su come sta un nostro amico o parente che vive lontano.

- LA COMUNICAZIONE E L'INFORMAZIONE SONO GLOBALI: i nuovi mezzi di comunicazione mettono in contatto tutte le persone in tutti gli stati e le città del mondo!

- SONO MEZZI DI COMUNICAZIONE COMODI: è possibile usufruirne comodamente da casa o in ufficio o a scuola. Non c'è più bisogno di andare dal giornalaio a comprare il quotidiano per sapere cosa accade nel mondo o di andare in biblioteca per fare una piccola ricerca.

- MANTENGONO E INCREMENTANO I RAPPORTI INTERPERSONALI: il social network più famoso al mondo è riuscito infatti nell'intento di far riallacciare i contatti con alcune persone delle quali si pensava aver perso completamente le tracce. Inoltre si può considerare un ottimo strumento per fare nuove amicizie e nuove conoscenze e quindi ampliare la propria rete sociale.

-INTERNET ENHANCED SELF-DISCLOSURE HYPOTHESIS: Questa ipotesi prevede che gli effetti positivi di internet sulle connessioni sociali e il benessere soggettivo in adolescenza siano spiegati dal fatto che:

- Le comunicazioni online promuovono l'autoapertura
- L'autoapertura determina la creazione di legami sociali più profondi
- La creazione di legami sociali più profondi si traduce in benessere

Per autoapertura si intende l'espressione esplicita dei sentimenti, paure e vulnerabilità. Esistono tre fattori che sono in grado di moderare questo processo:

- **Il tipo di tecnologia**: per quanto riguarda il tipo di tecnologia utilizzata è stato dimostrato che gli effetti positivi sulla connessione sociale e il benessere si osservano solo in adolescenti che usano internet per mantenere amicizie esistenti o che usano programmi di "instant messaging". Tecnologie finalizzate a instaurare nuovi legami. Attività di conoscenza verso sconosciuti, come il "surfing" invece paiono avere effetti negativi su autostima e benessere.
- **Genere**: i maschi hanno più facilità nelle relazioni online rispetto alle femmine poiché nella realtà rispetto a queste ultime, hanno più difficoltà di apertura nelle relazioni "Face to Face".
- **Ansia Sociale**: Una volta si pensava che solo chi avesse difficoltà di apertura sociale si avvicinasse con maggior facilità all'utilizzo del Social Network; ora nuove teorie sostengono il contrario, ovvero coloro che tendono ad essere più espansivi nella vita quotidiana, lo sono anche online

SVANTAGGI:

- PERDITA DEL CONTATTO CON IL MONDO REALE: ne risente il rapporto "vis à vis" e il confronto sia fra amici che fra coppie. Infatti si è completamente persa la bellezza che contraddistingue il guardarsi mentre ci si confronta e il far trasparire le proprie emozioni tramite la mimica facciale, aumentando anche la possibilità di mentire e mantenere la relazione ad un livello più distaccato e freddo.

- CREAZIONE DI UNA NUOVA IDENTITÀ: il distacco fisico ha portato inoltre molte persone a volersi e potersi così costruire una nuova identità a proprio piacimento, non rispecchiando quella che è davvero nella realtà. Questo ingrediente può essere anche visto però come un vantaggio per tutte quelle persone che per proprie caratteristiche hanno difficoltà a comunicare e a creare dei rapporti, grazie alla presenza di uno schermo virtuale che crea la giusta distanza per potersi aprire più facilmente senza esporsi troppo.

- INTERNET NASCONDE MOLTE INSIDIE E IL SUO UTILIZZO DEVE ESSERE CONTROLLATO DAGLI ADULTI:

1. in rete si trovano tantissime informazioni molte delle quali sono sbagliate: gli adulti devono insegnare ai ragazzi a scegliere quelle giuste;
2. nei luoghi di socializzazione virtuali non si sa mai con certezza con chi abbiamo a che fare e gli incontri, spesso, possono essere sgradevoli.

- CREA DIPENDENZA: questa dipendenza, definita in inglese "Social Network Addiction", è molto diffusa in Italia e ultimamente sta contagiando sempre più persone e, proprio come avviene nelle altre dipendenze, è causa di molti problemi. La assuefazione dai social network potrebbe essere causata dalla fermezza e dalla socialità che questi siti sono appunto in grado di fornire grazie alle loro infinite applicazioni. Così come le altre dipendenze di qualsiasi genere, porta le proprie conseguenze e i propri problemi. Quelli più riscontrati a causa di questa patologia sono l'emicrania (l'effetto più diffuso), la tachicardia e una ipersudorazione. Purtroppo questa dipendenza, anche se può sembrare una utopia, si sta diffondendo a macchia d'olio per tutta l'Italia e non solo, e sempre più gente ricorre a cure e a medici specializzati nel settore dell'informatica.

Questa dipendenza riguarda soprattutto i più giovani, i quali trovandosi in una fase della vita in cui non hanno ancora delle certezze né un'identità del tutto definita, passano la maggior parte del loro tempo sul web perdendo così ogni contatto con la realtà ed anche la voglia di vivere i rapporti in maniera più concreta e "umana".

-PERDITA DELLA PRIVACY: un altro svantaggio portato da questi social network è quello della perdita della privacy in quanto i siti sono organizzati in modo tale da poter condividere tutto della propria vita, da semplici foto ricordo a pensieri profondi, intimi e privati, letti indistintamente da chiunque abbia la possibilità di accedere al contatto. Diventa ovviamente molto soggettivo scegliere cosa pubblicare e cosa no e a chi dare la possibilità di scoprirlo ed eventualmente commentarlo. Si affrontano anche gli eventuali effetti negativi, per gli utenti che affidano le loro informazioni personali alla rete e ai gestori dei social network (che essi possono utilizzare per altre finalità e renderle disponibili ad altri soggetti) e che diffondono notizie sulla propria persona ed identità pubblicamente, senza valutare le conseguenze di vario tipo che queste informazioni possono causare. Al rischio relativo alla privacy, si aggiunge il pericolo del cosiddetto "furto di identità": è facile creare identità fittizie, appropriarsi del nome di un'altra persona e, addirittura dell'identità, grazie ai dati anagrafici pubblicati sul sito.

I SOCIAL NETWORK: LATI OSCURI

Vengono definite “**Social Network Addiction**” e “**Friendship addiction**” e sono una sorta di dipendenza da connessione, aggiornamento e controllo della propria pagina web e da amicizia (detta anche amcodipendenza), o meglio la ricerca di nuove amicizie virtuali da poter registrare sul proprio profilo.

Purtroppo anche tali dipendenze presentano preoccupanti sintomi:

- **Assuefazione:** ovvero la necessità di stare collegati o aggiornare i contenuti personali della propria pagina sempre più ad ogni nuova connessione per raggiungere la medesima sensazione di appagamento.
- **Astinenza:** cioè la sperimentazione di intensi disagi psico-fisici nel caso non ci si colleghi per un certo periodo di tempo
- **Craving:** ovvero la presenza sempre maggiore di pensieri fissi e di forti impulsi verso come e quando connettersi

La dipendenza dai Social Networks sembra essere dovuta al forte senso di sicurezza, di personalità e di socialità (in una società sempre meno connotata dai contatti sociali) che tali siti sono in grado di fornire.

In realtà queste dinamiche psico-emotive personali ed interpersonali si basano su qualcosa di virtuale, dando in tal modo sicurezze ed autostima fittizie, ben presto raggiunte da pericolosi sintomi di dipendenza, isolamento sociale e conseguente menomazione delle principali sfere vitali come quella lavorativa, familiare, sociale, affettiva ecc..

Ulteriori conseguenze deleterie sono la formazione di giudizi personali sulla base del numero di amici aggregati sulla propria pagina: essi funzionano “mascherando” le personali ansie, preoccupazioni e il proprio senso di disistima e solitudine. In tal modo le nuove richieste di amicizia risultano quasi un riempimento, o rafforzamento del proprio Ego.

Gli atteggiamenti di uso ed abuso di questi siti web, sono innescati da meccanismi psicologici e neurologici di piacere, affettività ed autostima: a livello cerebrale vengono rilasciate maggiori quantità di sostanze psico-attivanti e a livello mentale si creano meccanismi e schemi ricompensatori che portano al riutilizzo continuo e sempre maggiore. Quando la connessione quindi non è possibile, si presentano allora seri sintomi quali ansia, depressione, attacchi di panico; a ciò si aggiungono conseguenti ritardi scolastici o lavorativi, graduale isolamento, distorsione dei rapporti affettivi e sociali.

EFFETTI E CONSEGUENZE PSICOLOGICHE DELL'EVOLUZIONE TECNOLOGICA SUGLI INDIVIDUI E NELLE RELAZIONI SOCIALI

Tra gli effetti più immediatamente percepibili dell'ingresso delle nuove tecnologie nella vita degli individui, emerge la ridotta capacità di concentrazione. Dover prestare attenzione ad un elevato numero di stimoli contemporaneamente ci spinge a non dilungarci più su un singolo compito.

Stiamo diventando dei semplici “**decodificatori**” di informazioni e staremmo via via perdendo la capacità di interpretazione, così come quella di costruire collegamenti mentali per un'analisi critica di ciò che si sta affrontando. Il rischio è di cadere nel cosiddetto “**Confirmation Bias**”, la tendenza a rimanere legati ad un'idea che ci siamo fatti sulla base di informazioni preliminari, anche quando evidenze successive contraddicono quell'idea.

Ci si sta spingendo inoltre verso **l'individualismo**: tenendo conto che prestiamo attenzione ai media per circa 9.5 ore al giorno, il tempo rimanente per le interazioni sociali si sta riducendo. Sono soprattutto i giovani ad essere colpiti da questa realtà. Susan Greenfield, neuroscienziata dell'Università di Oxford, ritiene che i nuovi media favoriscano un profondo cambiamento nel cervello dei giovani, riducendo l'attenzione e l'empatia, favorendo la gratificazione istantanea, impoverendo le relazioni umane.

A conferma di questo si appoggia anche lo psicologo Aric Sigman in un articolo pubblicato su “**BIOLOGIST**”: la perdita di contatti reali e di relazioni interpersonali “dal vivo” ha effetti biologici sul nostro organismo. In primo luogo può alterare il modo in cui i geni lavorano, e secondariamente può influenzare le performances mentali e le risposte immunitarie. I siti di Social Networking in realtà hanno contribuito ad isolare le persone <” Non ci sono prove, ha detto lo psicologo, che dimostrano un effetto positivo dei Social Network sulle capacità di socializzare, ma esistono prove che invece ne fanno emergere un lato negativo, almeno per la salute ”>.

Secondo una nuova ricerca, sempre effettuata da Sigman, svoltasi in Gran Bretagna, emerge che è sempre più ridotto il tempo trascorso “faccia a faccia” di pari passo alla diffusione dei mezzi elettronici ed è triplicato il numero di individui che dichiarano di non avere nessuno con cui discutere di problemi importanti.

Il mondo virtuale impoverisce i rapporti sociali e la capacità delle persone di leggere il linguaggio del corpo.

L'INFLUENZA DEI SOCIAL NETWORK SITES SUI MACROSISTEMI

Il Macrosistema, nella definizione di Bronfenbrenner, rappresenta il contesto sovrastrutturale legato a culture, subculture e organizzazioni sociali più ampie, con i relativi sistemi di norme, credenze, rappresentazioni sociali e aspettative rilevanti ai fini dello sviluppo.

Le ricerche sull'impatto che i social network sites hanno su tale sistema sono molteplici: una delle più rilevanti è quella svolta dal team dello psicologo americano Robert Kraut nel 1998, il quale, nel suo articolo "Il paradosso di Internet", sottolineava come una tecnologia sociale come Internet potesse ridurre il coinvolgimento sociale e il benessere psicologico dei suoi utenti. Era questo il risultato, apparentemente paradossale, raggiunto dalla ricerca pubblicata dalla rivista "American Psychologist": nel campione analizzato – formato da novantatré famiglie americane - l'uso di Internet ha prodotto una significativa riduzione dei legami sociali e un contemporaneo aumento del livello di depressione.

In realtà, lo stesso autore ha pubblicato nel 2006 una nuova analisi della precedente ricerca che mette in discussione le conclusioni precedenti, ribaltando i risultati ottenuti ed evidenziando che l'uso di Internet porta a un leggero miglioramento delle relazioni sociali.

Una recente ricerca svolta da Pew Internet & American Life Project, su un campione di oltre tremila cittadini statunitensi, conferma questo nuovo dato. Secondo la ricerca, infatti, chi frequenta i social network, ma anche i blog oppure utilizza il cellulare, ha maggiori opportunità di stringere relazioni: il volume dei rapporti sociali è in media più alto del 9% tra chi frequenta siti di condivisione e inoltre tutto ciò favorirebbe il superamento di distanze geografiche e razziali.

Un altro dato interessante della ricerca è quello riguardante i rapporti con le realtà locali: secondo la ricerca, chi si serve dei social network lo fa indifferentemente sia per mantenere le relazioni con le persone lontane che per mantenere quelle locali.

Nel libro "I social network" di Giuseppe Riva l'autore afferma che essi si differenziano dalle comunità virtuali precedenti per la capacità di far entrare in contatto il mondo reale e il mondo virtuale. A differenza dei forum e delle chat, dove reale e virtuale entravano raramente in contatto e comunque solo per esplicita volontà dei soggetti interagenti, nei social network questo avviene sempre e anche se i soggetti coinvolti non lo vogliono o non ne sono consapevoli. Un esempio a questo proposito è il fenomeno del *tagging* (letteralmente etichettamento) con cui nei social network è possibile associare a un «amico», senza che lui lo voglia, un'immagine in cui lui è presente o una nota di testo a lui riferita.

La fusione di reti virtuali e di reti reali, mediante lo scambio di informazioni tra di esse, permette quindi di controllare e modificare l'esperienza sociale e l'identità sociale in maniera totalmente nuova rispetto al passato con rischi e opportunità spesso sottovalutati.

Inoltre i social network, consentono di scegliere come presentarsi alle persone che compongono la rete e di avere un ruolo centrale nella costruzione, nella definizione e nella condivisione della nostra identità sociale. Ciò li rende pertanto lo strumento ideale per narrarsi, decidendo in prima persona quali ruoli e quali eventi presentare agli altri.

I social network hanno un ruolo sempre più crescente nel permettere e nel supportare il processo di seduzione e la nascita di nuove relazioni interpersonali, ma possono anche rappresentare per le aziende un'importante strumento per comunicare efficacemente con i propri clienti. I social network stanno infatti trasformando le caratteristiche e il ruolo del consumatore; come sottolinea Riva, il consumatore passivo d'informazioni (come lo spettatore televisivo), si sta progressivamente trasformando in uno «*spettAutore*», che crea o modifica contenuti esistenti secondo i propri bisogni, e in un «*commentAutore*» che discute dei prodotti e che condivide le proprie riflessioni con gli amici. Va infine sottolineato come a caratterizzare i social network, non sia solo l'interesse individuale ed economico: molti utenti dei social network offrono supporto e attività gratuitamente, per un senso di responsabilità sociale nei confronti della propria rete.

Tra tutti i social network, Facebook è quello che ha avuto un impatto sociale più rilevante, cambiando radicalmente il nostro modo di comunicare e di socializzare. Esso conta quasi cinquecento milioni di utenti in tutto il mondo e ventidue milioni in Italia, è diffusissimo tra i giovanissimi, ma conta anche tantissimi iscritti fra i trenta e quarantenni. Lo testimonia l'uso intensivo che di Facebook si fa anche nei luoghi di lavoro, con ricadute talvolta persino positive sulla produttività.

I social network assomigliano ad una grande piazza telematica, dove si trova di tutto, dal filantropo che lancia iniziative di solidarietà, ai più deprecabili gruppi razzisti. Se da una parte ciò è un bene per la libertà di pensiero, di stampa e quindi per lo sviluppo della democrazia, dall'altro non si tratta sempre di informazioni di qualità. Tuttavia, come dimostrato dalle recenti rivolte popolari nei paesi dell'Africa e del Medio Oriente, proprio i social network sono diventati lo strumento principale per diffondere, a livello globale, le immagini e le voci di tali rivolte. E sicuramente non è un caso se molti paesi, in cui governano regimi dittatoriali e militari, cercano di oscurare tali sistemi di comunicazione.

I social network sembrano infine soddisfare il bisogno psicologico, piuttosto generalizzato, di appartenenza a un gruppo. Permettono, inoltre, un controverso controllo sociale verso la propria

cerchia di conoscenze. Sopperisce, in qualche modo, a quello che, in altre epoche, nei piccoli paesi e nelle piccole città, era il ruolo, talvolta oppressivo e talaltra salvifico, esercitato dal vicinato.

I social network rappresentano un fenomeno nuovo dal punto di vista sociale, in quanto per la prima volta, come detto in precedenza, reti sociali reali e virtuali entrano in contatto e si fondono tra loro. Il risultato di questa interazione è la nascita di un nuovo spazio sociale – l'«interrealtà» – molto più malleabile e dinamico delle reti sociali precedenti. L'esistenza dell'interrealtà e il suo ruolo crescente nelle relazioni sociali ha obbligato la psicologia a porsi la seguente domanda: vista l'influenza che i social network hanno sulla nostra esperienza, quali sono gli effetti sui processi di identità e di relazione?

Proprio per questo si sta sviluppando una nuova area della psicologia – la psicologia dei nuovi media, chiamata anche «*cyber – psicologia*» (*cyberpsychology*) – che ha come obiettivo lo studio, la comprensione, la previsione e l'attivazione dei processi di cambiamento che hanno la loro principale origine nell'interazione con i nuovi media comunicativi. Ciò richiede l'integrazione di conoscenze e competenze che spaziano dall'ergonomia, all'informatica, alla psicologia della comunicazione, alle scienze cognitive e sociali.

Una dei primi lavori di questo nuovo filone di ricerca è dovuto ai ricercatori della Cornell University di New York, i quali hanno pubblicato lo studio "Cyberpsychology, Behavior and Social Networking", concentrandosi su Facebook, che servirebbe a migliorare il rapporto con se stesso. Il professor Jeffrey Hancock ha spiegato, in merito alla ricerca, che mentre gli specchi "mostrano chi siamo veramente" (il che potrebbe avere un effetto negativo sulla nostra stima), Facebook mostra invece una "versione positiva di noi stessi". Chiaramente poiché modelliamo una nostra "falsa identità" nei confronti del prossimo. L'esperimento della Cornell University ha coinvolto sessantatré studenti e il professor Hancock ha detto che è stato uno dei primi studi a dimostrare un "beneficio psicologico" da parte di Facebook. L'esperimento difatti vedeva divisi in tre gruppi i volontari che rispettivamente hanno guardato per tre minuti: degli schermi spenti, alcuni che riflettevano la propria immagine come di fronte allo specchio oppure il proprio profilo su Facebook su cui potevano navigare. Il risultato, dopo accurati questionari, è che chi aveva "guardato" il proprio profilo su Facebook aveva l'autostima "aumentata".