

CORRIERE INNOVAZIONE / NEWS

Cyberbullismo, 2 utenti su 3 sui social vengono aggrediti Sanzioni per chi offende

La proposta di Microsoft Italia alle aziende tecnologiche: «Sanzioni per chi offende e molesta sul web. Servono più social media manager»

1. L'allarme di Microsoft Italia: aggressioni online per il 65% degli utenti

Scheda 1 di 5

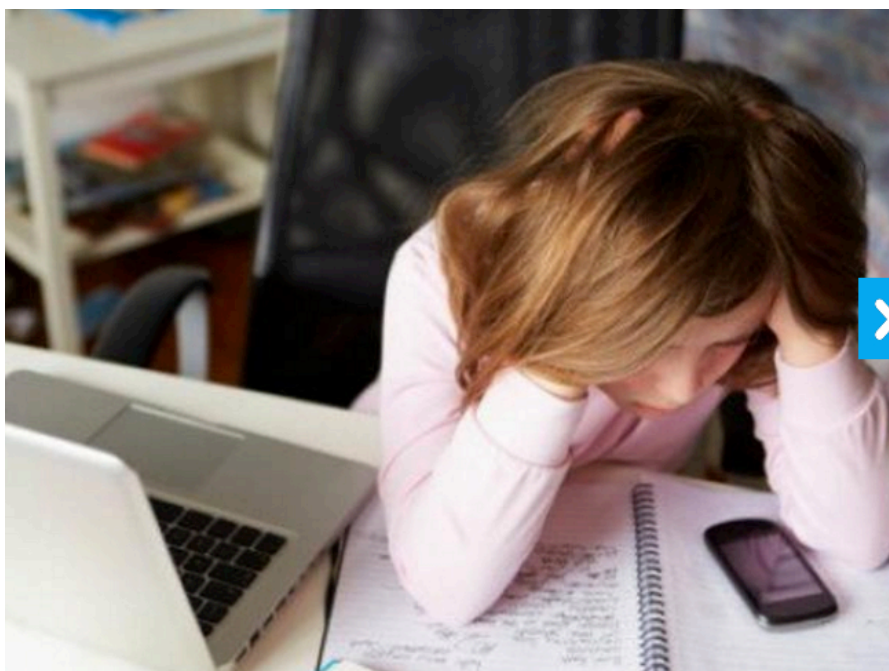


AVANTI

Un codice di educazione civica digitale con regole e sanzioni da adottare su tutte le principali piattaforme social. Obiettivo: prevenire episodi di bullismo e di molestie, ormai ricorrenti sulla Rete.

È la proposta di Microsoft Italia, che in occasione dell'Internet safer day, chiama in causa non solo scuole e istituzioni ma anche le aziende tecnologiche e tutti i service provider del web o anche semplicemente chi gestisce community Internet.

E che ci sia un'emergenza sul fronte della sicurezza online lo dicono i numeri. Secondo l'indagine Microsoft digital civility Index, il 65% del campione intervistato è stato vittima almeno una volta di abusi sulla Rete, in particolare di contatti indesiderati (43%) e di molestie online (41%).



Per questo, oggi più che mai, è necessario responsabilizzare le aziende tecnologiche che gestiscono i social network, ma anche le imprese presenti sul web con propri siti internet e pagine di discussione e condivisione. «Abbiamo pensato a un codice di comportamento, pensato proprio per le imprese, che si fondi su tre semplici regole», spiega Paola Andreozzi, Responsabile Philantropies di Microsoft Italia.

2. Ambienti on-line funzionali

< Scheda 2 di 5 >

INDIETRO

AVANTI

«I servizi che offrono ai consumatori la possibilità di creare e partecipare ad attività social devono spiegare le finalità degli ambienti digitali che vogliono promuovere. Per esempio: si tratta di un servizio di giochi e intrattenimento, acquisti e vendite, comunicazione, socializzazione o incontri amorosi? Gli utenti devono saperlo», afferma Andreozzi, sottolineando come la trasparenza sia una delle leve principali per garantire una maggiore sicurezza online



3. Sanzioni e social media manager più reattivi

< Scheda 3 di 5 >

INDIETRO

AVANTI

«I service provider devono creare e pubblicare in modo evidente, attraverso un codice comportamentale o uno strumento analogo, i contenuti e le attività promossi e quelli vietati, oltre alle sanzioni in caso di mancato rispetto delle condizioni dell'azienda», dice la manager di Microsoft Italia. Fondamentale, poi, è che le stesse imprese facciano attenzione alle segnalazioni degli utenti e individuino un social media manager o un addetto che si occupi specificamente di gestire le denunce ed eventualmente rimuova il contenuto incriminato.



Un aspetto non banale, secondo Andreozzi. «In generale le grandi società, quelle più conosciute, sono molto sensibili a questi argomenti. Più indietro sono, invece, quelle intermedie o piccole, che dovrebbero invece dotarsi di personale specializzato in questo ambito».

4. Sezioni ad hoc dedicate ai “reclami”

< Scheda 4 di 5 >

INDIETRO

AVANTI

Un'altra condizione sine qua non per rientrare nel novero delle aziende tecnologiche virtuose è quella di offrire strumenti on-line facili da trovare e da utilizzare per segnalare contenuti illegali, inappropriati od offensivi, analizzando e gestendo queste segnalazioni tempestivamente e facendo rispettare in modo coerente le regole. Insomma: i canali per far scattare l'allarme in caso di abusi 4.0 devono essere ben visibili e fruibili in maniera semplice e immediata.



