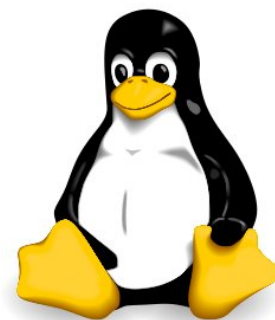


ECDL



con
software libero



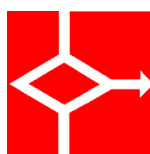
Modulo 2

Online Essentials

(Concetti di navigazione in rete)



The Digital Skills Standard



AICA

Associazione Italiana per l'Informatica
ed il Calcolo Automatico

Indice generale

SYLLABUS.....	3
GUIDA A INTERNET: CONCETTI DI NAVIGAZIONE IN RETE.....	5
1 Concetti di navigazione in rete.....	5
1.1 CONCETTI FONDAMENTALI.....	5
1.2. SICUREZZA.....	7
2 Navigazione sul web.....	8
2.1 USO DEL BROWSER.....	8
2.2 STRUMENTI E IMPOSTAZIONI.....	11
2.3 SEGNALIBRI.....	14
2.4 CONTENUTI DAL WEB.....	16
3 Informazioni raccolte sul web.....	17
3.1 RICERCA.....	17
3.2 VALUTAZIONE CRITICA.....	20
3.3 COPYRIGHT, PROTEZIONE DEI DATI.....	21
4 Concetti di comunicazione.....	22
4.1 COMUNITÀ ONLINE.....	22
4.2 STRUMENTI DI COMUNICAZIONE.....	24
4.3 CONCETTI DELLA POSTA ELETTRONICA.....	25
5 Uso della posta elettronica.....	27
5.1 INVIO DI UN MESSAGGIO.....	27
5.2 RICEVERE UN MESSAGGIO.....	29
5.3 STRUMENTI E IMPOSTAZIONI.....	31
5.4 ORGANIZZAZIONE DEI MESSAGGI.....	35
5.5 USO DEI CALENDARIO.....	38

SYLLABUS

Online Essentials

Il presente modulo ECDL Online Essentials - Concetti fondamentali della rete definisce i concetti e le competenze fondamentali necessari alla navigazione sulla rete, a un'efficace metodologia di ricerca delle informazioni, alla comunicazione online e all'uso della posta elettronica.

Scopi del modulo

Chi supera la prova d'esame per questo modulo è in grado di:

- Comprendere i concetti relativi alla navigazione sulla rete e alla sicurezza informatica.
- Utilizzare il browser di rete e gestirne le impostazioni, i segnalibri/preferiti e la stampa di pagine web.
- Eseguire delle ricerche d'informazioni sulla rete in modo efficace e valutare il contenuto del web in modo critico.
- Comprendere i problemi principali legati al copyright e alla protezione dei dati.
- Comprendere i concetti di reti sociali, comunicazioni e posta elettronica.
- Inviare e ricevere messaggi di posta elettronica e gestire le impostazioni di un programma di posta elettronica.
- Organizzare e ricercare messaggi di posta elettronica; utilizzare i calendari.

1. Concetti di navigazione in rete

1.1. Concetti fondamentali

- 1.1.1. Comprendere i termini: Internet, World Wide Web (WWW), Uniform Resource Locator (URL), collegamento ipertestuale (hyperlink).
- 1.1.2. Capire come è strutturato l'indirizzo di un sito web. Identificare i tipi più comuni di domini, quali geografici, aziendali (.org, .edu, .com, .gov).
- 1.1.3. Capire cosa è un browser e saper indicare il nome dei browser più comuni.
- 1.1.4. Identificare diverse attività su internet, quali ricerca d'informazioni, acquisti, formazione, pubblicazione, e-banking, servizi della pubblica amministrazione, intrattenimento, comunicazione.

1.2. Sicurezza

- 1.2.1. Conoscere le diverse modalità per proteggersi quando si è online: effettuare acquisti da siti web noti e di buona reputazione, evitare la comunicazione non necessaria d'informazioni personali e finanziarie, scollegarsi dai siti web.
- 1.2.2. Definire il termine "crittografia".
- 1.2.3. Saper identificare un sito web sicuro: https, simbolo del lucchetto.
- 1.2.4. Definire il termine "certificato digitale".
- 1.2.5. Identificare le possibilità di controllo dell'uso d'Internet, quali supervisione, limitazioni alla navigazione sul web, limitazioni agli scaricamenti.

2. Navigazione sul web

2.1. Uso del browser

- 2.1.1. Aprire, chiudere un'applicazione di navigazione in rete (browser).
- 2.1.2. Inserire una URL nella barra degli indirizzi e raggiungerla.
- 2.1.3. Aggiornare una pagina web, interrompere il caricamento di una pagina web.
- 2.1.4. Attivare un collegamento ipertestuale.
- 2.1.5. Aprire una pagina web in una nuova scheda, in una nuova finestra.
- 2.1.6. Aprire, chiudere schede, finestre. Passare da una scheda a un'altra, da una finestra ad un'altra.
- 2.1.7. Navigare tra pagine web: indietro, avanti, pagina iniziale (home page).
- 2.1.8. Visualizzare gli indirizzi già visitati, usando la cronologia.
- 2.1.9. Compilare, inviare, svuotare un modulo online.
- 2.1.10. Utilizzare uno strumento web per tradurre una pagina web, del testo.

2.2. Strumenti e impostazioni

- 2.2.1. Impostare la pagina iniziale/home page di un browser.
- 2.2.2. Comprendere il termine "pop-up". Consentire, bloccare i popup.
- 2.2.3. Comprendere il termine "cookie". Consentire, bloccare i cookie.
- 2.2.4. Utilizzare le funzioni di guida in linea disponibili.
- 2.2.5. Mostrare, nascondere le barre degli strumenti del programma. Ripristinare, minimizzare la barra multifunzione.
- 2.2.6. Eliminare la cronologia, i file Internet temporanei, i dati salvati per la compilazione automatica dei moduli.

2.3. Segnalibri

- 2.3.1. Creare, eliminare un segnalibro.
- 2.3.2. Visualizzare i segnalibri.
- 2.3.3. Creare, eliminare una cartella di segnalibri. Inserire pagine web in una cartella di segnalibri.

2.4. Contenuti dal web

- 2.4.1. Scaricare file dal web e salvarli in una unità.
- 2.4.2. Copiare testi, immagini, URL da una pagina web a un documento, e-mail.
- 2.4.3. Visualizzare l'anteprima di stampa, stampare una pagina web o una selezione della pagina web, utilizzando le opzioni di stampa disponibili.

3. Informazioni raccolte sul web

3.1. Ricerca

- 3.1.1. Sapere cosa è un "motore di ricerca" e saper indicare i nomi dei motori di ricerca più comuni.
- 3.1.2. Effettuare una ricerca utilizzando una parola chiave, una frase.
- 3.1.3. Affinare una ricerca utilizzando funzioni di ricerca avanzate, quali per frase esatta, per data, per lingua, per formato e tipo di fonte.
- 3.1.4. Effettuare una ricerca in una enciclopedia, dizionario sul web.

3.2. Valutazione critica

- 3.2.1. Comprendere l'importanza di valutare criticamente le informazioni online. Comprendere lo scopo di diversi tipi di siti, quali informazione, intrattenimento, opinioni, vendita.
- 3.2.2. Individuare i fattori che determinano la credibilità di un sito web, quali autore, riferimenti, aggiornamento del

contenuto.

3.2.3. Riconoscere l'adeguatezza delle informazioni online per un determinato tipo di pubblico.

3.3. Copyright, protezione dei dati

3.3.1. Definire i termini copyright, proprietà intellettuale. Comprendere la necessità di riconoscere le fonti e/o di richiedere l'autorizzazione all'uso quando necessario.

3.3.2. Conoscere i principali diritti e obblighi di chi detiene i dati, secondo la legislazione sulla protezione dei dati personali in Italia.

4. Concetti di comunicazione

4.1. Comunità online

4.1.1. Comprendere il concetto di comunità online (virtuale). Identificarne degli esempi, quali siti web di reti sociali, forum Internet, conferenze web, chat, videogiochi online.

4.1.2. Illustrare le modalità con cui gli utenti possono pubblicare e condividere contenuti online: blog, microblog, podcast, immagini, audio e videoclip.

4.1.3. Conoscere le modalità con cui proteggersi durante le attività nelle comunità online: definire le impostazioni di privacy in modo adeguato, limitare la disponibilità delle informazioni personali, usare messaggi privati quando è opportuno, disattivare le informazioni di geolocalizzazione, bloccare/segnalare utenti sconosciuti.

4.2. Strumenti di comunicazione

4.2.1. Comprendere il termine "IM" (Instant Messaging).

4.2.2. Comprendere i termini "SMS" (Short Message Service), "MMS" (Multimedia Message Service).

4.2.3. Comprendere il termine "VoIP" (Voice Over Internet Protocol).

4.2.4. Riconoscere il modo migliore di utilizzare la comunicazione elettronica: essere accurati e sintetici, indicare con chiarezza l'oggetto della comunicazione, non rivelare dettagli personali se non necessario, non diffondere materiale inappropriato, eseguire un controllo ortografico sul contenuto.

4.3. Concetti della posta elettronica

4.3.1. Comprendere il termine "e-mail" e conoscere i suoi impieghi principali.

4.3.2. Capire come è strutturato un indirizzo di posta elettronica.

4.3.3. Essere consapevoli dei possibili problemi durante l'invio di file allegati, quali limiti alle dimensioni del file, limitazioni sui tipi di file.

4.3.4. Illustrare la differenza tra i campi "A", "Copia conoscenza" (Cc), "Copia nascosta" (Ccn) e comprenderne l'utilizzo più adeguato.

4.3.5. Essere consapevoli della possibilità di ricevere messaggi fraudolenti o non richiesti. Essere consapevoli del rischio d'infettare il computer attraverso messaggi di posta elettronica.

4.3.6. Comprendere il termine "phishing".

5. Uso della posta elettronica

5.1. Invio di un messaggio

5.1.1. Accedere a un account di posta elettronica.

5.1.2. Comprendere lo scopo principale delle cartelle standard di posta elettronica: Posta in arrivo, Posta in uscita, Posta inviata, Posta eliminata/Cestino, Bozze, Indesiderata/Spam.

5.1.3. Creare un nuovo messaggio.

5.1.4. Inserire uno o più indirizzi di posta elettronica, liste di distribuzione, nei campi "A", "Copia conoscenza" (Cc), "Copia nascosta" (Ccn).

5.1.5. Inserire un titolo adeguato nel campo "Oggetto" e inserire, copiare testo nel corpo del messaggio.

5.1.6. Aggiungere, eliminare un file allegato al messaggio.

5.1.7. Inviare un messaggio con o senza priorità.

5.2. Ricevere un messaggio

5.2.1. Aprire, chiudere un messaggio.

5.2.2. Usare le funzioni "Rispondi" e "Rispondi a tutti" e identificare i casi in cui dovrebbero essere utilizzate.

5.2.3. Inoltrare un messaggio.

5.2.4. Aprire, salvare un allegato su un disco.

5.2.5. Visualizzare l'anteprima di stampa di un messaggio, stamparlo usando le opzioni di stampa disponibili.

5.3. Strumenti e impostazioni

5.3.1. Usare le funzioni disponibili di Guida in linea del programma.

5.3.2. Mostrare, nascondere le barre degli strumenti. Minimizzare, ripristinare la barra multifunzione.

5.3.3. Creare e inserire una firma testuale in un messaggio.

5.3.4. Attivare, disattivare una risposta automatica di assenza dall'ufficio.

5.3.5. Riconoscere un messaggio come letto, non letto. Marcare un messaggio come non letto, già letto. Marcare, smarcare un messaggio di posta elettronica.

5.3.6. Creare, eliminare, aggiornare un contatto, una lista di distribuzione.

5.4. Organizzazione dei messaggi

5.4.1. Aggiungere, eliminare colonne delle intestazioni della posta in arrivo, quali mittente, oggetto, data.

5.4.2. Cercare un messaggio per mittente, oggetto, contenuto.

5.4.3. Ordinare i messaggi per nome, data, dimensione.

5.4.4. Creare, eliminare una etichetta/cartella di posta. Spostare messaggi in una etichetta/cartella.

5.4.5. Eliminare un messaggio. Recuperare un messaggio eliminato.

5.4.6. Svuotare il cestino/cartella posta eliminata.

5.4.7. Spostare un messaggio, togliere un messaggio dalla posta indesiderata/spam.

5.5. Uso dei calendari

5.5.1. Creare, eliminare, aggiornare una riunione in un calendario.

5.5.2. Aggiungere invitati, risorse a una riunione in un calendario. Eliminare invitati, risorse da una riunione in un calendario.

5.5.3. Accettare, rifiutare un invito.

GUIDA A INTERNET: CONCETTI DI NAVIGAZIONE IN RETE

1 Concetti di navigazione in rete

1.1 CONCETTI FONDAMENTALI

1.1.1 Comprendere i termini: Internet, World Wide Web (WWW), Uniform Resource Locator (URL), collegamento ipertestuale (hyperlink).

Il termine **Internet** deriva da *inter* e *net*, cioè interconnessione di reti, net in inglese. Si tratta cioè di molte reti locali (LAN, Local Area Network) collegate tra di loro per formare delle reti più vaste (WAN, Wide Area Network) che a loro volta sono collegate tra di loro da delle dorsali (Backbone) cioè delle linee di comunicazione ad alta velocità, generalmente in fibra ottica. Questa rete globale offre molti servizi differenti: pagine web, posta elettronica, scambio di file, telefonia, trasmissioni radio-televisive e molti altri ancora.

Il **WorldWide Web**, di cui WWW è la sigla, cioè ragnatela grande come tutto il mondo, indica l'insieme delle pagine ipertestuali e multimediali che si possono navigare con apposite applicazioni, dette browser. Queste pagine sono *ipertestuali*, cioè collegate tra di loro da collegamenti (link) che permettono di passare da una pagina all'altra in modalità non sequenziale; sono anche *multimediali*, in quanto non contengono solo testo, ma anche altri media come immagini, suoni, filmati; infine sono *interattive*, in quanto molte permettono all'utente non solo di usufruire di contenuti in esse presenti, ma anche d'inviare dati (compilazione di moduli, caricamento di file, ecc...).

I **collegamenti ipertestuali** (hyperlink) sono costituiti da una parte di testo o da un oggetto multimediale (immagine, video) e permettono di passare a un'altra pagina web o a una risorsa costituita da un diverso media (immagine, suono, filmato).

L'**URL** (Uniform Resource Locator) è l'indirizzo di una pagina web. Ciascuna pagina di un sito web deve avere un indirizzo preciso in modo che possa essere individuata univocamente. Un esempio di URL è <http://fabiofrittoli.altervista.org/ecdl/dispense-nuova-ecdl/>.

I siti web sono ospitati su dei server, cioè dei computer adibiti a fornire dei servizi, e sono raggiungibili attraverso Internet in quanto dotati di un particolare indirizzo detto IP (Internet Protocol) che identifica univocamente qualsiasi apparecchiatura elettronica (pc, telefono, ecc...) collegata a Internet. L'IP, nella versione 4, è costituito da una sequenza di quattro numeri compresi tra 0 e 255 separati da un punto (nella versione 6 in fase d'implementazione, l'IP è composto da 32 cifre esadecimali). Per esempio l'IP del MIUR attualmente è 89.46.109.37 (IPv4) e quello di Google è 2a00:1450:4002:805::2003 (IPv6). Poiché sarebbe complicato ricordarsi gli indirizzi IP, è stato implementato il servizio DNS (Domain Name System) che associa a ciascun IP un nome di dominio. Un esempio nomi di dominio sono miur.gov.it e google.com; vedremo nel punto successivo come è strutturato un nome di dominio.

A Internet possono accedere dispositivi diversi tra di loro, come computer, tablet e smartphone, e persino alcuni elettrodomestici evoluti (generalmente definiti "smart"): televisori, radio, ecc... Per far sì che tutti possano comunicare, sono state stabilite regole comuni che prendono il nome di "protocolli". Per ciascun servizio esiste un protocollo adeguato. Il protocollo che viene utilizzato nel WWW prende il nome di HTTP (HyperText Transfer Protocol), del quale esiste la versione in cui i dati in transito vengono cifrati, chiamata HTTPS dove la S finale sta per "sicuro" (vedi punto 1.2.1).

1.1.2 Capire come è strutturato l'indirizzo di un sito web. Identificare i tipi più comuni di domini, quali geografici, aziendali (.org, .edu, .com, .gov).

L'indirizzo web di un sito corrisponde al suo indirizzo IP, ma per fortuna il DNS traduce il nome in numeri. Il nome è diviso in parti, separate da segni di punteggiatura:



il dominio di primo livello indica la tipologia del sito, e possono indicare la nazione (tipo geografico) o la tipologia di azienda.

I principali **domini di tipo geografico** sono it (Italia), fr (Francia), de (Germania), uk (Regno Unito), es (Spagna), ecc...

I principali **domini di tipo aziendale** sono:

- a) com e biz (organizzazione commerciali)

- b) edu (università ed enti educativi e di ricerca)
- c) gov (enti governativi)
- d) org (organizzazione private generalmente senza scopo di lucro)
- e) info (enti che forniscono informazioni)
- f) name (siti web personali)
- g) mobi (siti destinati alla telefonia mobile)
- h) tv (aziende televisive)

e molti altri ancora. Si possono trovare su Wikipedia tutti i [domini di primo livello](#).

1.1.3 Capire cosa è un browser e saper indicare il nome dei browser più comuni.

Un **browser** è un'applicazione in grado di “sfogliare” le pagine ipertestuali del web (in inglese il verbo “to browse” significa sfogliare).

Esistono varie applicazioni che permettono di navigare tra le pagine web: i più conosciuti sono Firefox, Safari, Opera, Chrome, Edge e altri ancora, oltre alle applicazioni specifiche per altri dispositivi in grado di connettersi a internet (smartphone, tablet, console di gioco, lettori multimediali, radio e TV “smart”, ecc...).

1.1.4 Identificare diverse attività su internet, quali ricerca d'informazioni, acquisti, formazione, pubblicazione, e-banking, servizi della pubblica amministrazione, intrattenimento, comunicazione.

Il web mette a disposizione degli utenti molti servizi e attività che possono essere utili agli utenti.

Una delle attività più diffuse è la **ricerca d'informazioni** di qualsiasi genere: la cronaca per mezzo di giornali online, gli orari di esercizi commerciali o dei mezzi di trasporto, indicazioni pratiche di vario genere (ricette di cucina, recensioni di prodotti, istruzioni d'uso, ecc...), approfondimenti su cose e persone, e via discorrendo.

Gli **acquisti online** grazie al commercio elettronico, in inglese e-commerce, permettono di ricevere direttamente a casa e con costi generalmente convenienti servizi come biglietti ferroviari e aerei o per mostre e spettacoli, beni come l'assicurazione dell'auto o prodotti di qualsiasi genere, compresi quelli alimentari. Gli acquisti online hanno molti vantaggi (economicità, facilità e velocità di visita e confronto di negozi virtuali, ecc...). Tuttavia è necessaria una certa attenzione per evitare di essere imbrogliati (mancato invio della merce acquistata, furto dei dati della carta di credito, ecc...).

La **formazione a distanza** (FAD) e la didattica a distanza (DAD) sono una modalità di apprendimento sempre più diffusa soprattutto a livello universitario e nei corsi di aggiornamento per adulti (recentemente anche per motivi sanitari). Consiste nella possibilità di usufruire di lezioni in diretta o preventivamente registrate, di esercitazioni e test, anche tramite un tutor che supporta il corsista nelle sue attività. Il vantaggio di tale formazione è che si può svolgere da casa e in orari comodi per il corsista, cosa molto utile soprattutto per chi lavora. Essendo a distanza manca ovviamente il contatto ravvicinato tra studente e insegnante e tra studenti che, soprattutto per bambini e ragazzi, è molto importante da un punto di vista affettivo, emotivo ed educativo.

L'**e-banking** permette di gestire il proprio conto corrente bancario da casa via internet: verificare il saldo del proprio conto corrente, effettuare bonifici e pagamenti, ecc... Anche questo servizio ha molti vantaggi, in quanto permette di eseguire molte operazioni direttamente da casa senza doversi recare personalmente in filiale, evitando code e perdite di tempo. Tuttavia anche in questo caso è necessario prestare molta attenzione a ciò che si fa, soprattutto per evitare che i propri dati di accesso vengano utilizzati da qualche malintenzionato.

I **servizi online delle pubbliche amministrazioni** permettono di effettuare varie operazioni, come ottenere un certificato anagrafico, prenotare una visita medica, consultare il registro elettronico, effettuare il pagamento d'imposte e tasse e così via. I vantaggi di questi servizi sono simili quelli precedentemente analizzati (comodità, risparmio di tempo), così come i rischi (furto di dati) che però in questo caso sono riferiti alla privacy e non hanno riscontri economici.

Attraverso Internet è possibile fruire di spettacoli **d'intrattenimento** come film, concerti e rappresentazioni teatrali in diretta o registrati.

1.2. SICUREZZA

1.2.1 Conoscere le diverse modalità per proteggersi quando si è online: effettuare acquisti da siti web noti e di buona reputazione, evitare la comunicazione non necessaria d'informazioni personali e finanziarie, scollegarsi dai siti web.

Internet ha grandi pregi, ma occorre considerare anche i suoi rischi. Per ridurre il rischio di acquistare prodotti non conformi a quanto dichiarato per qualità o tempi di spedizione, è opportuno **fare acquisti su siti noti e con buona reputazione**.

Per verificare che il sito web da cui si effettua un acquisto online abbia una buona reputazione tra gli utenti è opportuno leggere le recensioni dei clienti, che molti negozi online chiedono ai propri utenti anche attraverso l'utilizzo di un servizio esterno, proprio per poter mostrare le loro opinioni ai possibili nuovi acquirenti. È anche opportuno fare una semplice ricerca su Google digitando come chiave "recensione nome del negozio online": in tal modo si trovano molti pareri e, nel caso ce ne fossero di negativi, è preferibile evitare l'acquisto e rivolgersi a negozi più affidabili.

The image shows two side-by-side screenshots. The left screenshot is from eBay.it, displaying a product listing for a Samsung I9100 Galaxy S2. A yellow callout bubble points to the seller's name 'Venditori Affidabilità Top elettronica77 (8226)' and their '100% Feedback positivo' rating. The right screenshot is from Trustpilot, showing a 'Scopri Trustpilot' button and a 'Servizio esterno gestione feedback' callout. Below, it displays a 'tuo TrustScore' of 4.1 with five stars and 'Recensioni ricevute 17309'.

I dati personali sono preziosi tanto che molte aziende che forniscono servizi apparentemente gratuiti come Google o Facebook hanno fatturato miliardi. Pertanto nel web è facile imbattersi in siti web che chiedono di fornire dati personali (indirizzo email, numero di telefono, ecc...) in cambio di qualche facilitazione. È opportuno in ogni caso **evitare la comunicazione di dati personali non essenziali** in particolare quelli finanziari.

Se qualche malintenzionato venisse a conoscenza di dati riservati, in particolare quelli delle carte di credito utilizzate dagli utenti, potrebbe utilizzarli per fare acquisti frodando il legittimo proprietario. Pertanto, soprattutto se si utilizza un dispositivo condiviso con altri, dopo aver terminato di utilizzare un sito che richiede l'autenticazione, per esempio la propria banca, **è opportuno scollegarsi dal sito web** per evitare che la sessione rimanga aperta e il successivo utente possa accedervi senza dover inserire le credenziali.

1.2.2 Definire il termine "crittografia".

La crittografia è la cifratura dei dati che devono essere salvaguardati da occhi indiscreti e che vengono trasmessi per mezzo del protocollo https (vedi punto 1.1.1). Attraverso la crittografia si rendono incomprensibili i dati che vengono trasmessi, salvo per chi possiede la chiave che ne permette la decodifica. È possibile avere maggiori informazioni sulla [crittografia](#) su Wikipedia.

Lo scopo è di evitare che tali dati personali o finanziari possano essere individuati e utilizzati da malintenzionati a scopo di furto d'identità o economico.

1.2.3 Saper identificare un sito web sicuro: https, simbolo del lucchetto.

Quando un sito web utilizza il protocollo https, lo si può capire perché viene visualizzato nella barra dell'indirizzo al posto di http, inoltre viene visualizzato un lucchetto.

The image shows two side-by-side screenshots. The left screenshot shows a browser address bar with 'https://www.regione.lom' and a lock icon. A callout bubble points to the lock icon with the text 'Simbolo del lucchetto', and another points to the 'https' part of the URL with 'Protocollo HTTPS'. Below the address bar is the logo and name of 'Regione Lombardia'. The right screenshot shows a 'Certificato' (Certificate) page from 'Thawte RSA CA 2018'. A callout bubble points to the 'Informazioni sulla sicurezza' (Security information) section, and another points to the 'Visualizzare il certificato' (View certificate) button.

1.2.4 Definire il termine “certificato digitale”.

Un **certificato digitale** è un documento elettronico che associa in maniera univoca l'identità di un soggetto (persona fisica, persona giuridica oppure servizio web) a una chiave pubblica e consente al soggetto interessato di svolgere operazioni di crittografia a chiave pubblica. I certificati digitali vengono emessi da un'Autorità di Certificazione (detta anche CA), ovvero un ente abilitato e riconosciuto come “di fiducia” dalle parti in causa.

Cliccando sul lucchetto è possibile aprire la finestra Informazioni tra cui quelle sul certificato digitale che garantisce l'identità dell'autore del sito web.

1.2.5 Identificare le possibilità di controllo dell'uso d'Internet, quali supervisione, limitazioni alla navigazione sul web, limitazioni agli scaricamenti.

Internet offre di tutto, nel bene e nel male. Tuttavia non sempre è opportuno un accesso completo ai contenuti d'Internet, che possono essere inadatti per esempio a un minore (pornografia, violenza, gioco d'azzardo).

In altre situazioni, soprattutto di carattere aziendale, può essere opportuno evitare che gli utenti producano eccessivo traffico da e per internet, intasando la connessione, rallentando il lavoro e intasando i supporti di archiviazione. Ciò può avvenire per esempio se più utenti di una stessa connessione scaricano contemporaneamente da internet file di grandi dimensioni, come per esempio filmati in streaming o attraverso circuiti di file sharing.

Esistono pertanto dei dispositivi o dei software che, nelle abitazioni in assenza dei genitori, nelle scuole o nelle aziende, da un lato svolgono un'opera di filtraggio dei contenuti delle pagine web, rendendo impossibile l'accesso a questo tipo di contenuti, dall'altro possono impedire il download di determinati tipi di file.

2 Navigazione sul web

2.1 USO DEL BROWSER

2.1.1 Aprire, chiudere un'applicazione di navigazione in rete (browser).

In Ubuntu 18.04 il browser predefinito è Mozilla Firefox. Per avviare il browser Mozilla Firefox occorre cliccare sull'icona Firefox Browser Web nel Launcher. Se per qualche motivo la sua icona non fosse presente nel Launcher, si può avviare dalla Dashboard digitandone il nome o una sua parte.

Con un clic destro sull'icona di Firefox è possibile rendere permanente l'applicazione nel Launcher, oppure creare un lanciatore sul desktop (vedere la dispensa relativa al Modulo 1), per rendere più veloce e facile l'avvio del programma.

Per chiudere il programma basta premere la X nell'angolo alto a destra della finestra del browser. In alternativa si può anche scegliere il comando Esci dal menu File o la combinazione di tasti Ctrl+Q.



2.1.2 Inserire una URL nella barra degli indirizzi e raggiungerla.

Inserire una URL significa scrivere l'indirizzo di una pagina web nell'apposita barra degli indirizzi del browser.

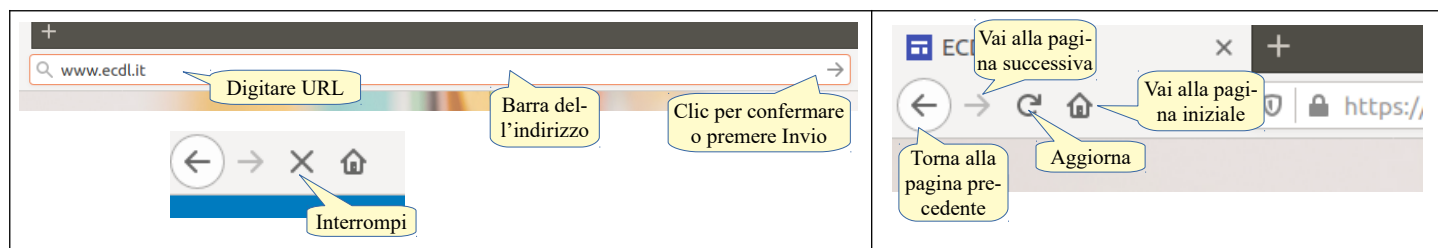
Per farlo occorre selezionare la barra degli indirizzi, digitare l'URL e, per raggiungere la pagina, cliccare sulla freccina di conferma o premere il tasto Invio della tastiera.

2.1.3 Aggiornare una pagina web, interrompere il caricamento di una pagina web.

È possibile caricare nuovamente una pagina web utilizzando il pulsante “Ricarica la pagina corrente” che appare al posto del triangolino di conferma, una volta che la pagina web è stata caricata. In alternativa è possibile anche premere il tasto F5 o la combinazione Ctrl+R.

Può essere utile aggiornare una pagina web quando ne stiamo visualizzando una che viene modificata frequentemente, per esempio quelle di un giornale; aggiornando la pagina saremo in grado di visualizzare le ultime informazioni inserite.

A volte il caricamento di una pagina web impiega troppo tempo, soprattutto quando si usa una connessione lenta. Quando lo si desidera se ne può interrompere il caricamento cliccando sulla X che, durante il caricamento, prende il posto dell'icona di aggiornamento.



2.1.4 Attivare un collegamento ipertestuale.

I collegamenti ipertestuali o hyperlink sono componenti fondamentali delle pagine web (vedi punto 1.1.1) e permettono loro di avere la terza dimensione che caratterizza gli ipertesti e gli ipermedia.

Nelle pagine web i collegamenti ipertestuali possono essere formati da testo ma anche da immagini e video, e sono visibili perché, ogni volta che si passa il mouse sopra di essi, il puntatore cambia forma e, dalla classica freccia, si trasforma in una manina con l'indice alzato nell'atto di premere un pulsante o d'indicare una direzione.

Tradizionalmente i link testuali hanno una colorazione blu e sono sottolineati, tuttavia oggi molti siti web usano colorazioni differenti ma generalmente riconoscibili.

Per attivare un collegamento ipertestuale occorre cliccare sull'elemento che lo costituisce: in tal modo si apre la pagina o l'elemento multimediale destinazione del collegamento.

2.1.5 Aprire una pagina web in una nuova scheda, in una nuova finestra.

I browser permettono di aprire più pagine web contemporaneamente in modo da facilitarne la consultazione. È possibile avere pagine aperte in finestre diverse o anche in schede diverse della stessa pagina.

Quando si visita un sito web e si clicca su un collegamento si abbandona la pagina di partenza e si accede a quella di destinazione.

Se si desidera mantenere aperta anche la pagina di provenienza, occorre cliccare sul collegamento col pulsante destro e nel menu contestuale scegliere di aprire la pagina collegata in una nuova finestra o in una nuova scheda.



2.1.6 Aprire, chiudere schede, finestre. Passare da una scheda a un'altra, da una finestra a un'altra.

Per **aprire una nuova finestra** occorre scegliere Nuova finestra dal menu File o premere la combinazione di tasti Ctrl+N; per aprire una nuova scheda occorre scegliere Nuova scheda dal menu File o premere la combinazione di tasti Ctrl+T.

Per **chiudere una finestra** si deve cliccare sulla X in alto a destra; scegliendo Esci dal menu File o la combinazione di tasti Ctrl+Q vengono chiuse tutte le finestre aperte di Firefox. Per **chiudere una scheda** aperta, occorre cliccare sulla X visibile nella parte destra della relativa linguetta.

Per **passare da una finestra all'altra** si possono utilizzare vari metodi:

- premere la combinazione di tasti Alt+Tab finché viene evidenziata la finestra d'interesse, quindi rilasciare Alt
- se le finestre non sono a pieno schermo cliccare su una finestra per metterla in primo piano
- cliccare sull'icona Firefox nel Launcher e poi sulla miniatura della finestra di Firefox d'interesse.

Per **passare da una scheda all'altra**, cliccare sulla linguetta della scheda o premere la combinazione di tasti Ctrl+Tab. È possibile modificare l'ordine delle schede trascinandone la linguetta nella posizione desiderata.

2.1.7 Navigare tra pagine web: indietro, avanti, pagina iniziale (home page).

Navigare nel web significa spostarsi da una pagina all'altra tramite i collegamenti o l'inserimento di URL. Se durante la navigazione si desidera **tornare a una pagina visitata in precedenza** cliccare sull'icona Torna indietro; se si desidera, dopo essere tornati indietro, **passare nuovamente alla pagina successiva**, cliccare l'icona Vai avanti (vedi figura al punto 2.1.3).

È possibile tornare indietro o riandare avanti di più pagine in un solo colpo cliccando su Indietro o Avanti col pulsante destro del mouse o tenendo premuto il pulsante sinistro, vengono visualizzate le ultime dieci pagine visitate, tra le quali è possibile scegliere quella alla quale tornare, senza effettuare i diversi passaggi.

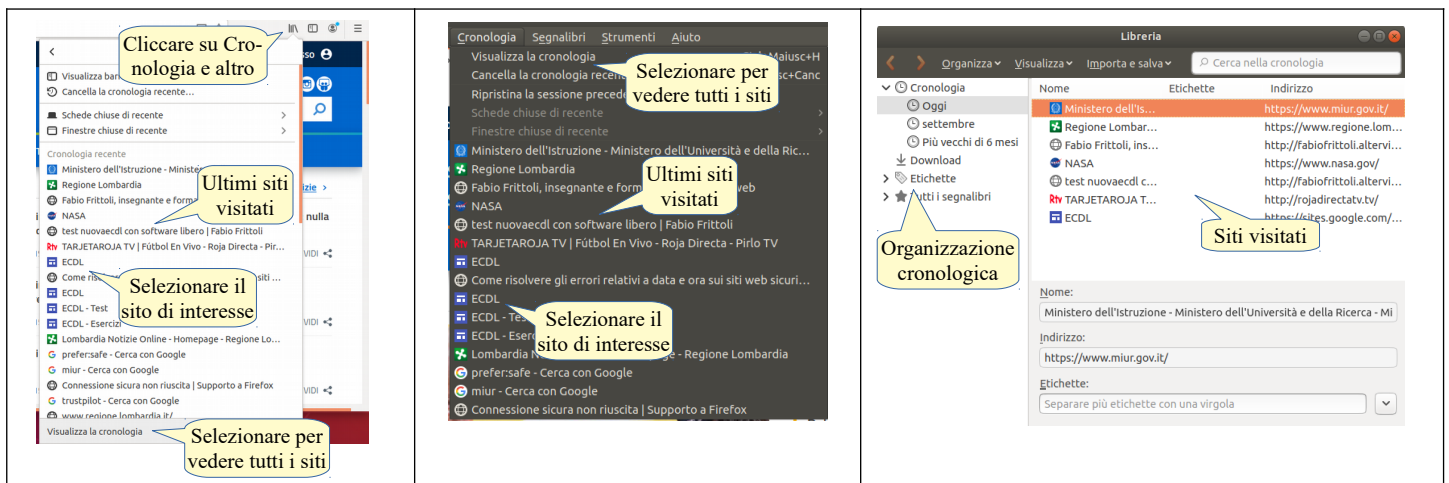
Per **tornare alla pagina iniziale** occorre cliccare sull'icona della casetta (home) nella barra degli indirizzi.

2.1.8 Visualizzare gli indirizzi già visitati, usando la cronologia.

Il browser tiene traccia dei siti web visitati in modo che possano essere facilmente ritrovate le pagine in un secondo momento in caso di necessità.

Per Cronologia si intende un elenco delle pagine web visitate. Per **visualizzare le ultime pagine visitate** occorre cliccare sull'icona Visualizza Cronologia e altro nella barra dell'indirizzo o sul menu Cronologia; per aprire la pagina occorre cliccare sulla relativa voce nell'elenco.

Per **vedere tutte le pagine visitate** occorre scegliere Visualizza la cronologia o premere la combinazione Ctrl+Maiusc+H. In questa finestra di dialogo, si può riaprire un sito con un doppio clic o scegliendo Apri dal menu contestuale.



2.1.9 Compilare, inviare, svuotare un modulo online.

Un modulo (in inglese form) permette d'inviare dei dati a un server in modo che possano essere processati o archiviati per utilizzi futuri. Un modulo che si incontra di frequente è quello che chiede d'inserire un nome utente e una password per poter accedere a delle pagine riservate, ad esempio la propria casella di posta elettronica o a una rete sociale.

Un modulo può comprendere diversi tipi di campi:

- caselle di testo:** permettono d'inserire del testo, per esempio il proprio nome; quando si deve inserire una password, al posto del testo, vengono mostrati degli asterischi
- elenchi a discesa,** nei quali si può scegliere una tra le alternative presenti nell'elenco
- caselle di controllo,** di forma quadrata, che si possono spuntare anche più di una
- scelta multipla,** pulsanti di forma tonda che permettono una scelta

The screenshot shows an online form titled 'Modulo' with the following elements:

- Scelta multipla:** Three radio buttons labeled 'Opzione 1', 'Opzione 2', and 'Opzione 3'.
- Caselle di controllo:** Two checkboxes labeled 'Opzione 1' and 'Opzione 2'.
- Elenco a discesa:** A dropdown menu with the label 'Scegli'.
- Testo:** A text input field with the placeholder text 'La tua risposta'.
- Invia:** A purple button at the bottom right.

tra più alternativa, dove una esclude l'altra
e) **pulsante d'invio** dei dati.

Tutti i campi contraddistinti da un asterisco sono obbligatori, cioè devono essere compilati altrimenti l'invio del modulo restituisce un errore e rimanda alla pagina di compilazione.

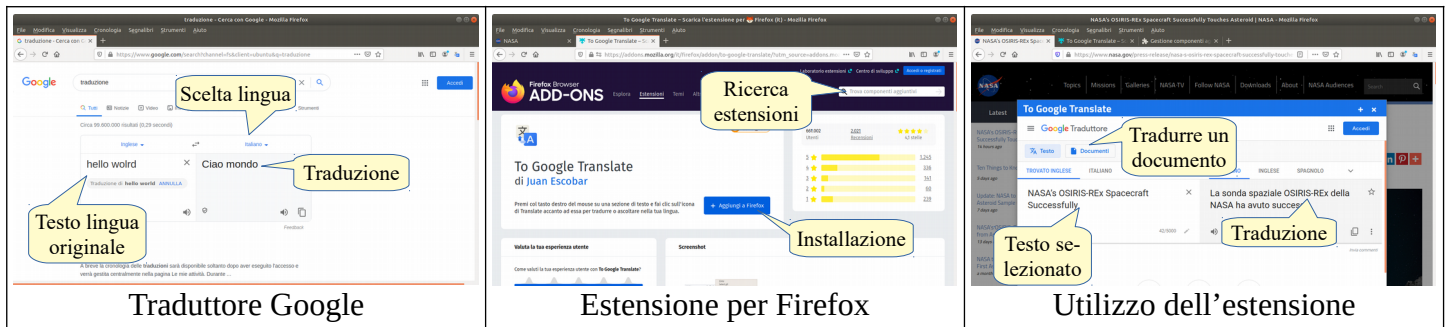
A volte nel modulo è presente anche un pulsante che permette di cancellare i dati per riscriverli (reset). Una volta compilati i campi, per far sì che vengano processati è necessario premere il pulsante Invia (submit).

2.1.10 Usare uno strumento web per tradurre una pagina web, del testo.

La maggior parte delle pagine web non è in lingua italiana, per cui degli strumenti atti a tradurre da una lingua all'altra parti di testo o intere pagine web sono utili ai non poliglotti.

Nel web esistono traduttori online come Google Translate e molti altri. Mozilla Firefox con alcune estensioni specifiche è in grado di tradurre pagine web.

Anche se una traduzione automatica tuttavia non è paragonabile a una quella di un essere umano, spesso può essere utile per poter leggere pagine web che si ritengono importanti ma scritte in altre lingue.



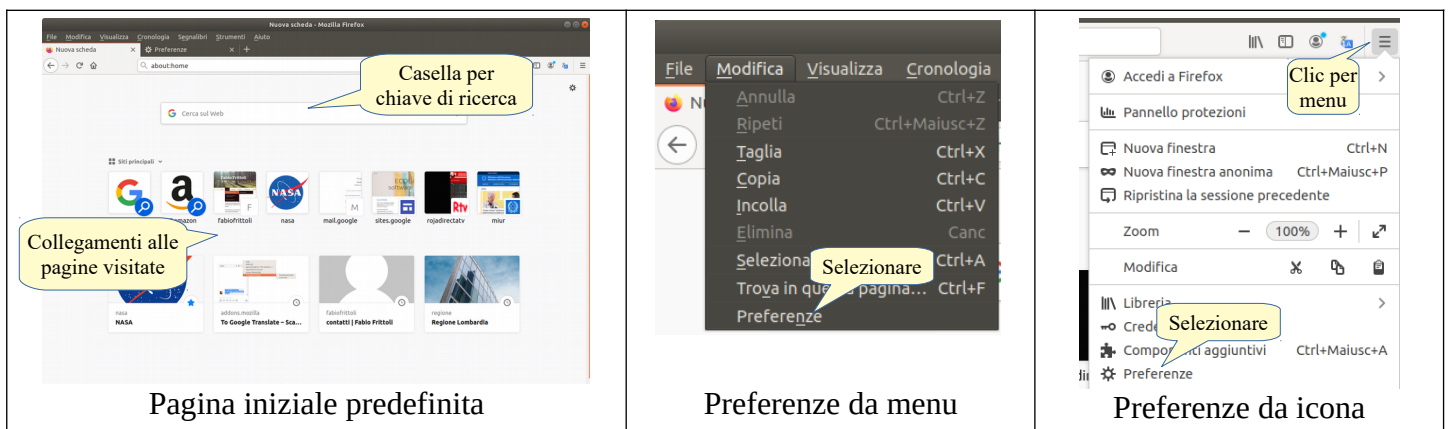
2.2 STRUMENTI E IMPOSTAZIONI

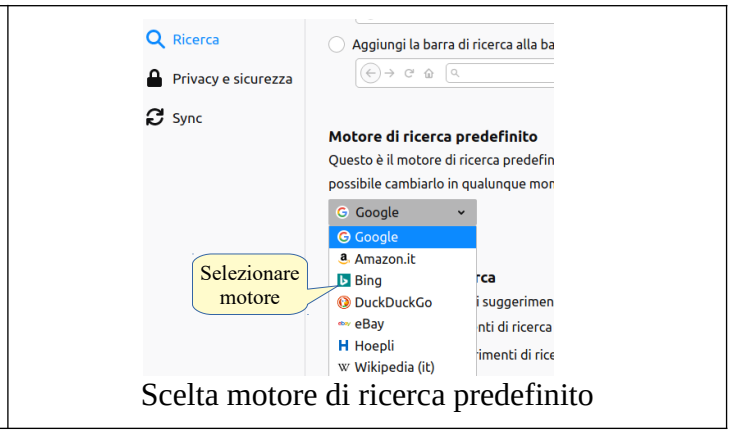
2.2.1 Impostare la pagina iniziale/home page di un browser.

Firefox è impostato per aprire all'avvio una pagina web predefinita con una casella in cui si possono inserire chiavi di ricerca e con collegamenti alle pagine più visitate dall'utente.

Se si desidera modificare questa impostazione lo si può fare scegliendo Preferenze dal menu Modifica o nel menu cui si accede cliccando sull'icona ≡ in alto a destra.

Nella scheda Pagina iniziale è possibile modificare il motore di ricerca scegliendo nell'elenco disponibile, modificare le impostazioni delle miniature delle pagine visitate o anche **impostare un'altra homepage**, specificandone l'URL, sia per una nuova scheda che per una nuova finestra.





2.2.2 Comprendere il termine pop-up. Consentire, bloccare i pop-up.

Il termine pop-up identifica nuove finestre del browser che si aprono automaticamente all'apertura di una pagina o quando si esegue qualche operazione, per esempio cliccare su un'immagine o un collegamento, il cui scopo è di attirare l'attenzione dell'utente. In alcuni casi l'apertura dei pop-up può essere utile (visualizzare un'immagine, accedere a un modulo da compilare, ecc...), ma spesso può essere fastidiosa, in particolare se vengono aperte molte finestre a scopo pubblicitario, non utile all'utente.

Il browser permette di dare o meno la possibilità ai siti web di aprire le finestre pop-up. Come impostazione predefinita i pop-up vengono bloccati, ed è possibile stabilire delle eccezioni per alcuni siti che, in modo legittimo, hanno la necessità di aprire altre finestre.

Per **modificare le impostazioni di esecuzione dei pop-up** occorre accedere alle Preferenze (vedi punto precedente) e scegliere la scheda Privacy e sicurezza. Scorrendo la pagina si giunge alla sezione Permessi, dove si può togliere o mettere la spunta alla casella di controllo Blocca finestre pop-up. Cliccando su eccezioni, si possono impostare siti web che mantengono un comportamento diverso dalla regola generale, per esempio quelli per i quali i pop-up si rivelano utili o addirittura indispensabili.

2.2.3 Comprendere il termine cookie e la sua funzione. Consentire, bloccare i cookie.

I **cookies** (termine inglese che significa "biscottino") sono dei file di testo nei quali il browser memorizza delle informazioni sull'utente e le comunica al sito web che li ha prodotti. Lo scopo è di far sì che il sito ricordi l'utente e faciliti la sua navigazione conoscendone le preferenze.

Generalmente i cookies sono utili o addirittura necessari, ad esempio per memorizzare i prodotti inseriti nel "carrello della spesa" di un negozio online. In altri casi possono memorizzare informazioni sull'utente per spiare le abitudini, e in questo caso hanno obiettivi al limite del lecito, simile a quello di alcuni software spyware.

Per migliorare la propria privacy è possibile far sì che il browser non accetti i cookies in generale, con l'eccezione dei siti web che ne hanno bisogno per poter svolgere le proprie funzioni in modo del tutto legittimo, oppure da specifici siti web.

Per **modificare le impostazioni dei cookies** occorre accedere alle Preferenze (vedi punto 2.2.1) e scegliere la scheda Privacy e sicurezza; scorrendo la pagina si giunge alla sezione Cookie e dati dei siti web, dove è possibile eliminare parzialmente o completamente i cookies, far sì che i cookies vengano eliminati automaticamente al termine di ciascuna sessione e gestire le eccezioni per uno o più siti.



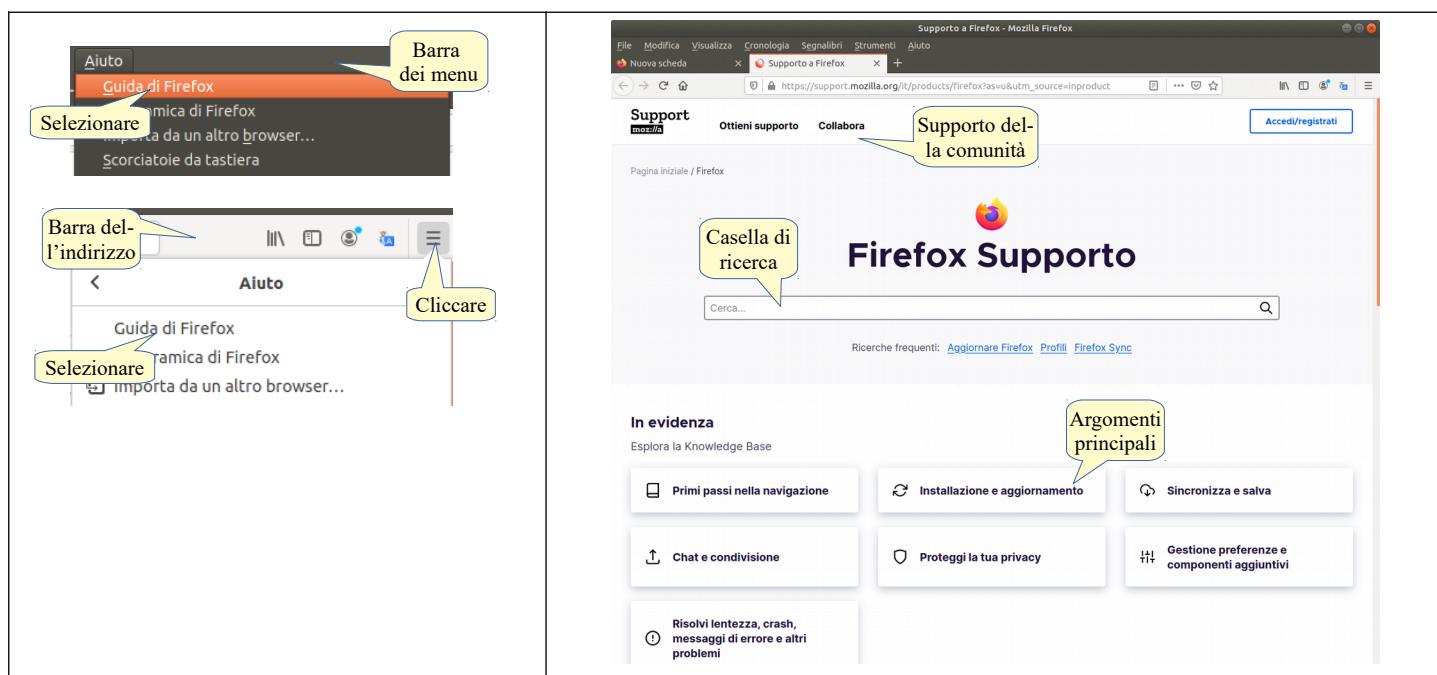
2.2.4 Usare le funzioni di guida in linea disponibili.

La guida di Firefox è presente nella sola modalità online pertanto non è possibile consultarla offline. Ciò, anche se richiede una connessione attiva, è vantaggioso perché la guida è sempre aggiornata ed è collegata ad altri strumenti di aiuto, come per esempio i forum della comunità di utenti, molto attiva come sempre per i software open source.

Per accedere alla guida occorre selezionare Guida di Firefox nel menu Aiuto oppure in quello cui si accede cliccando sull'icona ☰ in alto a destra della barra dell'indirizzo.

La pagina di aiuto mette a disposizione vari modi di trovare le informazioni:

- a) **ricerca libera**: permette di effettuare ricerche inserendo una o più parole chiave
- b) **in evidenza**: gli argomenti principali, suddivisi in temi
 - **primi passi**: istruzioni per neofiti della navigazione
 - **installazione e aggiornamento**: aiuto per i due argomenti
 - **sincronizza**: informazioni per utilizzare le stesse impostazioni del browser su più dispositivi
 - **chat e condivisione**: informazioni relative a questi temi
 - **proteggi la privacy**: informazioni sulla sicurezza dei dati
 - **gestione preferenza e componenti aggiuntivi**: informazioni sulle varie possibilità di personalizzazione
 - **risoluzione di problemi software**: in caso di problemi



2.2.5 Mostrare, nascondere le barre degli strumenti del programma. Ripristinare, minimizzare la barra multifunzione.

Per **mostrare** o **nascondere le barre degli strumenti** occorre selezionare Barre degli strumenti dal Menu Visualizza e spuntare o togliere la spunta alla barra desiderata. Per nascondere la si clicca di nuovo per togliere la spunta. Si può fare la stessa cosa per le barre laterali (segnalibri e cronologia), che possono essere visualizzate anche cliccando sull'icona Visualizza barre laterali. Se la barra dei menu non è presente, la si può visualizzare selezionandola dal menu contestuale cui si accede con un clic destro sulla barra del titolo.

Le barre degli strumenti possono essere personalizzate, aggiungendo o togliendo pulsanti tramite una semplice operazione di trascinamento.

In Firefox non è presente la barra multifunzione.



2.2.6 Eliminare la cronologia, i file Internet temporanei, i dati salvati per la compilazione automatica dei moduli.

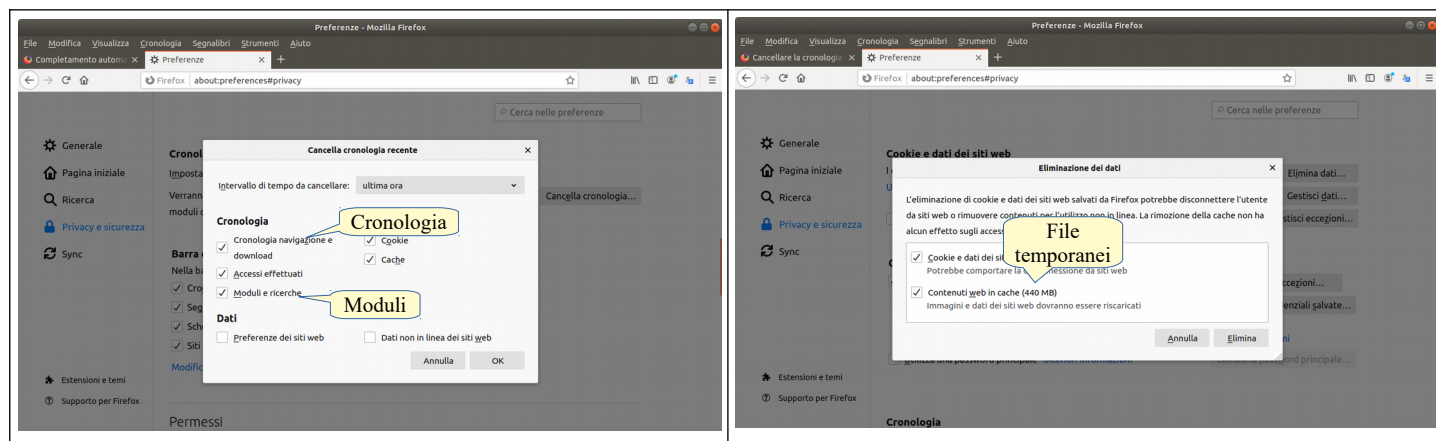
Per salvaguardare la privacy e la sicurezza è molto utile la possibilità di eliminare i dati della navigazione e quindi la cronologia dei siti visitati, i file temporanei, nonché i dati salvati automaticamente durante la compilazione dei moduli (nome, indirizzo email ecc...).

Per **eliminare la Cronologia** e i **dati salvati per la compilazione dei moduli** si può accedere alla relativa finestra di dialogo in diversi modi:

- selezionare Cancella la cronologia recente... dal menu Cronologia o da Visualizza Cronologia e altro nella barra dell'indirizzo
- premere la combinazione di tasti Ctrl+Maiusc+Canc
- accedere alla scheda Privacy e sicurezza nelle Preferenze e poi cliccare Cancella cronologia...

Nella finestra di dialogo Cancella cronologia recente è possibile specificare cosa cancellare: il periodo (ultime ore, oggi, tutta la cronologia), gli elementi della cronologia (cronologia, accessi, moduli, cookie, cache), i dati salvati e le preferenze per i siti web visitati. Maggiori informazioni sul significato di queste voci possono essere trovate nella relativa pagina della [guida](#).

Per **eliminare i file temporanei** dalla memoria del browser, sempre nella scheda Privacy e sicurezza delle Preferenze occorre cliccare Elimina dati: nella finestra di dialogo è possibile selezionare le voci Cookie e dati dei siti web e Contenuti in cache, cioè file i file temporanei salvati per evitare di scaricarli nuovamente al prossimo accesso, e poi cliccare Elimina.



Ricordiamo che Firefox mette a disposizione anche una modalità di navigazione “anonima” che non memorizza nulla, indipendentemente dalle impostazioni generali, che si attiva scegliendo “Avvia navigazione anonima” dal menu Strumenti o con la combinazione di tasti Ctrl + Maiusc + P.

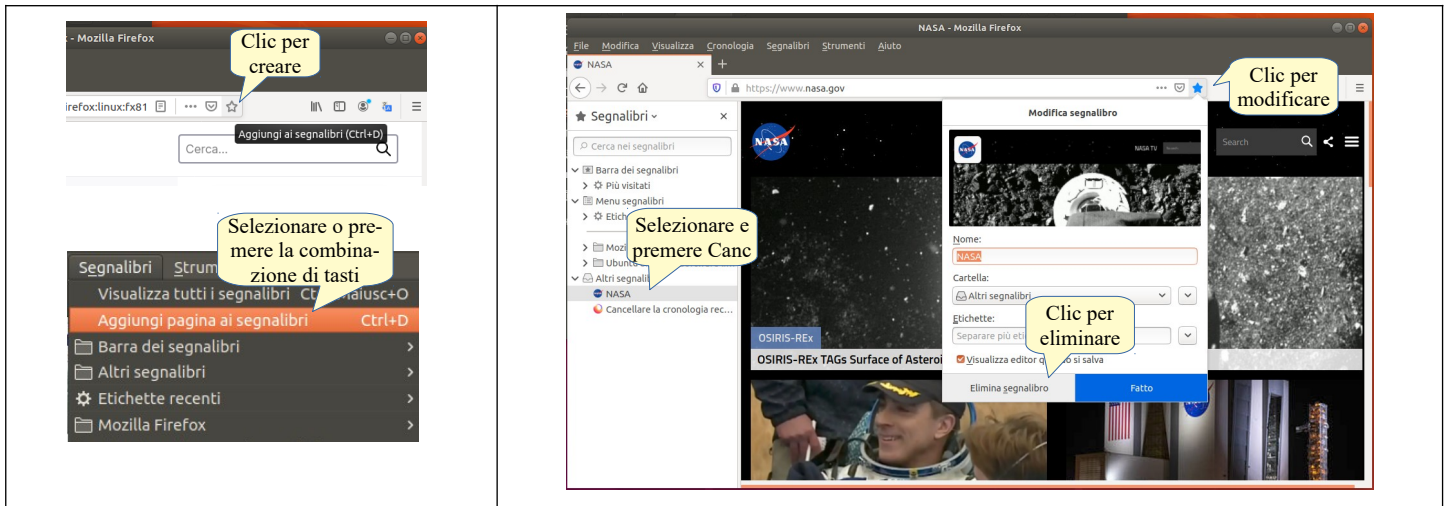
2.3 SEGNALIBRI

2.3.1 Creare, eliminare un segnalibro.

Un segnalibro per le pagine web, così come avviene per quelli usati con un normale libro cartaceo, ha lo scopo di tenere in evidenza una pagina ritenuta importante per poterla ritrovare facilmente.

Per **creare un segnalibro** si può scegliere Aggiungi ai segnalibri dal menu Segnalibri, cliccare sull'icona Aggiungi ai segnalibri nella barra dell'indirizzo o premere la combinazione di tasti Ctrl+D. Nella finestra di dialogo viene proposto un nome (il titolo della pagina) che si può accettare o modificare, e una posizione in cui salvare il segnalibro. Se si desidera che vengano visualizzati nella barra degli strumenti Segnalibri, in questa fase devono essere salvati in quella posizione.

Per **eliminare un segnalibro** occorre selezionarlo nella barra dei segnalibri e premere il tasto Canc o scegliere Elimina nel menu contestuale cui si accede con un clic destro. Se si accede a una pagina già presente nei segnalibri, l'icona Aggiungi ai segnalibri si trasforma in Modifica questo segnalibro e diventa di colore blu: cliccandoci sopra, oltre a modificare il segnalibro, lo si può anche cancellare.



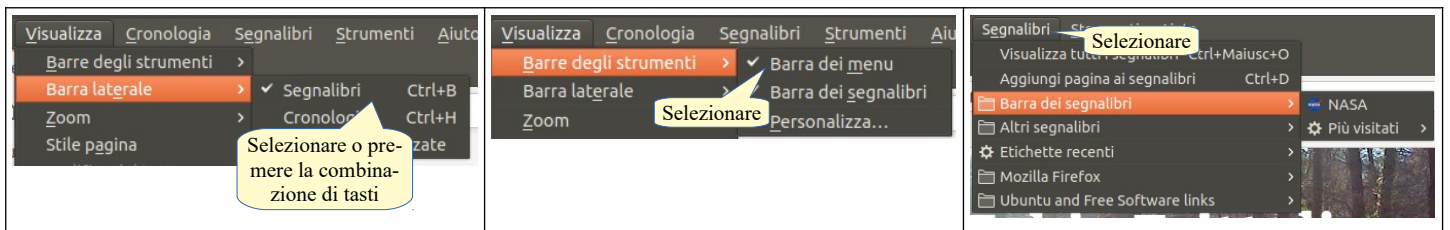
2.3.2 Visualizzare i segnalibri.

I **segnalibri** possono essere visualizzati nella barra laterale, nella barra degli strumenti Segnalibri e nel menu Segnalibri:

Per **visualizzare la barra laterale dei segnalibri** si deve scegliere Barra laterale > Segnalibri nel menu Visualizza, oppure premere la combinazione di tasti Ctrl+B.

Per **visualizzare la barra degli strumenti Segnalibri**, si deve scegliere Barre degli strumenti > Barra dei segnalibri nel menu Visualizza oppure nel menu contestuale cui si accede con un clic destro sulla barra del titolo e dei menu. Nella barra dei segnalibri vengono visualizzati solo quelli che vengono salvati in questa posizione (vedi punto precedente).

Per **visualizzare il menu Segnalibri** cliccarvi sopra nella barra dei menu.



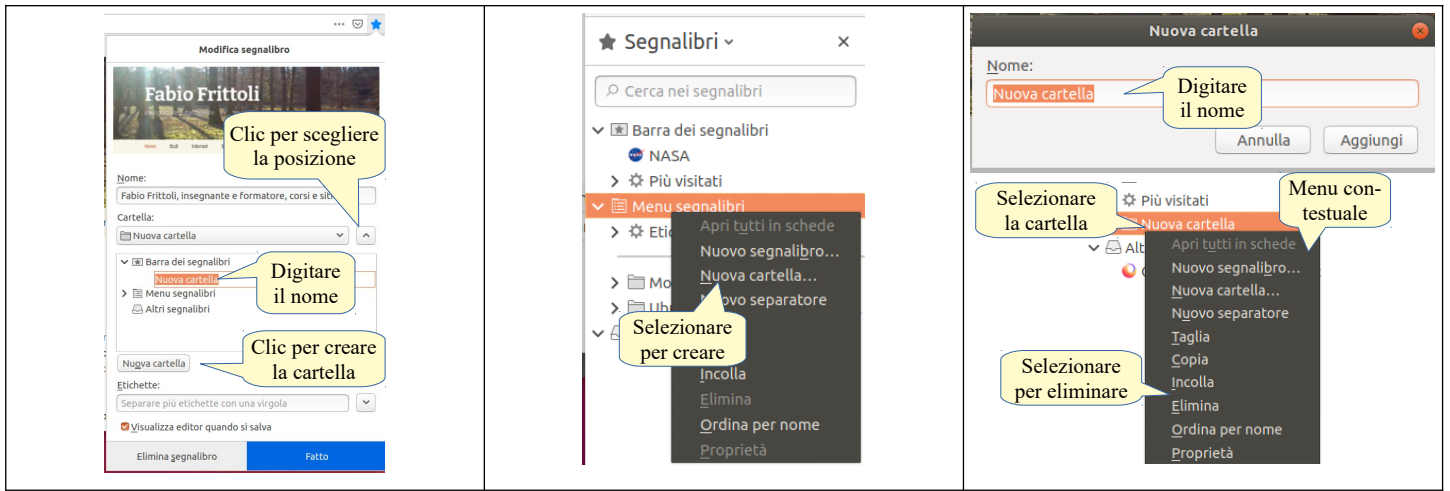
2.3.3 Creare, eliminare una cartella di segnalibri. Inserire pagine web in una cartella di segnalibri.

Per tenere in ordine i segnalibri quando diventano numerosi, è opportuno suddividerli in cartelle, più o meno come si fa con i file. Come per le cartelle contenenti file (vedi dispensa del modulo Computer essentials), anche per le cartelle di segnalibri è opportuno assegnare dei nomi significativi, che facilitino il ritrovamento dei segnalibri.

Per **creare una cartella di segnalibri** occorre scegliere Nuova cartella... nel menu contestuale cui si accede con un clic destro sulla barra dei segnalibri, tenendo conto che la cartella viene creata nella posizione selezionata. Nella finestra che si apre digitare il nome che si desidera assegnare alla cartella. È possibile creare una nuova cartella anche quando si crea un nuovo segnalibro: cliccando sulla freccina di fianco alla posizione viene presentata la possibilità di creare una nuova cartella.

Per **eliminare una cartella di segnalibri**, occorre selezionarla nella barra laterale e premere il tasto Canc o selezionare Elimina dal menu contestuale.

Per **inserire pagine web in una cartella di segnalibri** quando vengono creati, selezionare la cartella nella sezione Cartella; per farlo con segnalibri già esistenti, selezionarlo nella barra laterale e trascinarlo nella cartella di segnalibri desiderata.



2.4 CONTENUTI DAL WEB

2.4.1 Scaricare file dal web e salvarli in una unità.

Nelle pagine web spesso sono presente collegamenti a file che si possono scaricare per un utilizzo offline, ad esempio file PDF, archivi compressi, file multimediali (immagini, suoni, filmati) e altro ancora. Quando si scarica un file dal web occorre prestare attenzione a due aspetti del download:

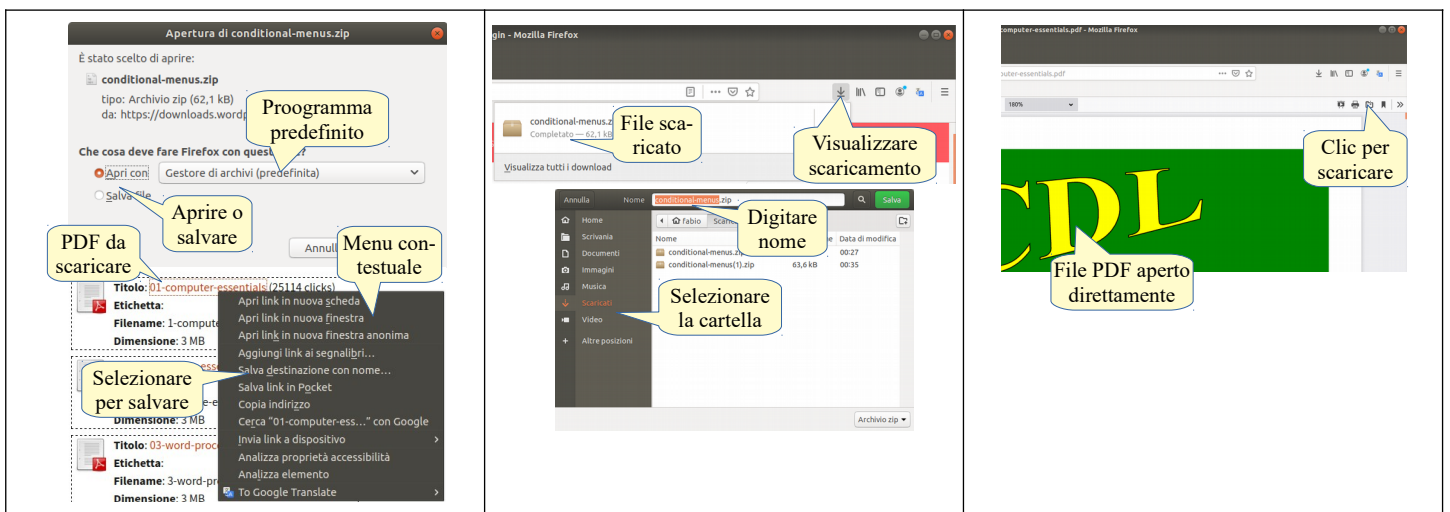
- che sia legale, cioè che vengano rispettati i diritti d'autore
- che sia sicuro, cioè che non contenga malware.

Per **scaricare un file e salvarlo**, occorre:

- clickare sul collegamento: il browser aprirà una finestra di dialogo in cui chiede se si vuole aprire il file nel programma associato (nell'esempio il gestore archivi) oppure salvarlo su disco nella cartella predefinita. Se il browser è in grado di visualizzare il file (per esempio un file pdf) lo aprirà direttamente e sarà possibile scaricarlo con un clic sull'icona Scarica questo documento
- clickare sul collegamento col pulsante destro del mouse e scegliere Salva destinazione con nome... dal menu contestuale.

Nel primo caso il file verrà automaticamente salvato nella cartella Scaricati, anche se è possibile modificare questa impostazione nella scheda Preferenze > Generale.

Nel secondo caso si apre la finestra di dialogo Salva, dove è possibile lasciare il nome di file originale o modificarlo, e scegliere anche la posizione in cui salvarlo in una cartella o unità.



2.4.2 Copiare testi, immagini, URL da una pagina web a un documento, e-mail.

Da una pagina web è possibile copiare in un altro documento sia il testo che le immagini, così come è possibile copiare l'URL della pagina dalla barra dell'indirizzo.

Per **copiare del testo** occorre:

- selezionarlo, trascinando col mouse o con la combinazione di mouse e tastiera
- copiarlo, scegliendo Copia dal menu Modifica o dal menu contestuale, o premendo la combinazione di tasti Ctrl+C

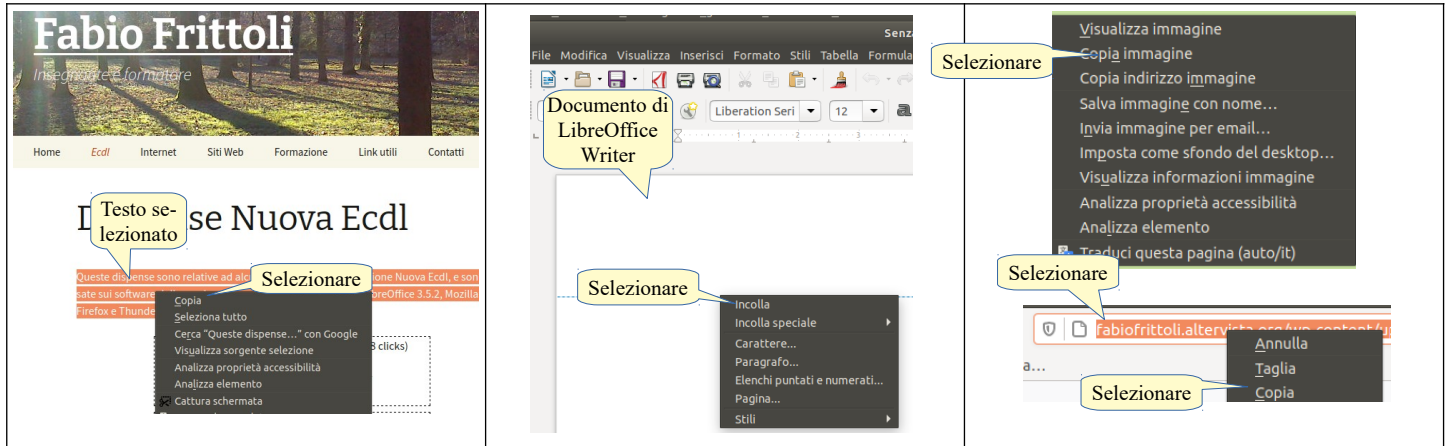
- c) incollarlo in un documento di testo o nella mail preventivamente aperti o creati, scegliendo Incolla dal menu Modifica o dal menu contestuale o premendo la combinazione di tasti Ctrl+V.

Per **copiare un'immagine** occorre:

- a) scegliere Copia immagine dal menu contestuale
- b) incollarla in un documento di testo o nella mail preventivamente aperti o creati, scegliendo Incolla dal menu Modifica o dal menu contestuale o premendo la combinazione di tasti Ctrl+V.

Per **copiare l'URL** di una pagina web occorre:

- a) selezionare l'URL nella barra dell'indirizzo con un clic destro
- b) scegliere copia nel menu contestuale o premendo la combinazione di tasti Ctrl+C
- c) incollarla in un documento di testo o nella mail preventivamente aperti o creati, scegliendo Incolla dal menu Modifica o dal menu contestuale o premendo la combinazione di tasti Ctrl+V.

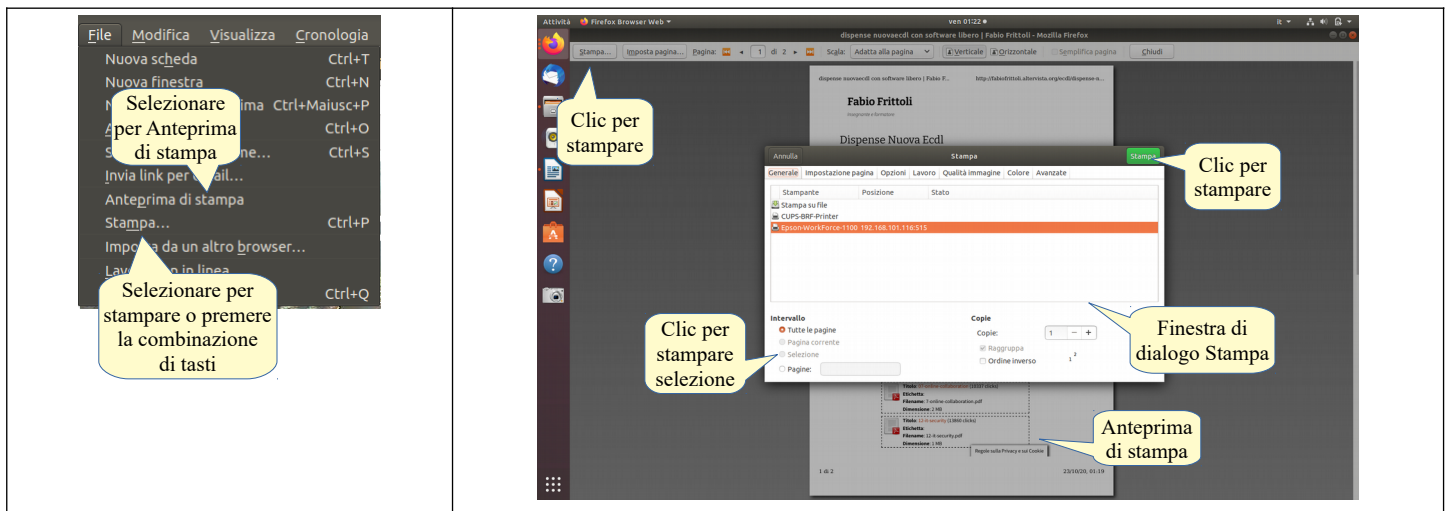


2.4.3 Visualizzare l'anteprima di stampa, stampare una pagina web o una selezione della pagina web, utilizzando le opzioni di stampa disponibili.

Per **visualizzare l'anteprima di stampa di una pagina web**, occorre scegliere la relativa voce dal menu File.

Per **stampare una pagina web**, occorre scegliere Stampa... dal menu File o premere la combinazione di tasti Ctrl+P. Si accede in tal modo alla finestra di dialogo Stampa, dove si possono modificare varie impostazioni, e premere il pulsante verde Stampa.

Per **stampare una selezione della pagina web**, occorre prima di tutto selezionare ciò che interessa, poi scegliere di stampare, nella sezione Intervallo spuntare la casella di controllo Selezione e poi premere il pulsante Stampa.



3 Informazioni raccolte sul web

3.1 RICERCA

3.1.1 Sapere cosa è un "motore di ricerca" e saper indicare i nomi dei motori di ricerca più comuni.

Se già si conosce l'URL di una pagina web se ne può digitare l'indirizzo direttamente nell'apposita barra del

browser. Si può anche facilmente accedere a un sito di cui si è salvato un segnalibro.

Ma i siti web sono così tanto che è impossibile memorizzarli tutti né salvarli tra i Segnalibri. Pertanto occorre un modo per poter trovare siti web non ancora conosciuti dove trovare informazioni i servizi necessari. A questo scopo sono nati i **motori di ricerca**, che permettono di trovare ciò che serve per mezzo di parole chiave. In un certo senso i motori di ricerca possono essere paragonati alla guida telefonica o alle pagine gialle, che permettono di trovare informazioni relative al numero telefonico o all'indirizzo di una persona o una ditta partendo dal nome. Un motore di ricerca è un sito web che, grazie a un database indicizzato, aiuta a trovare le informazioni desiderate sui siti web in base alla chiave di ricerca utilizzata.

I motori di ricerca sono così importanti per gli utenti ma anche per i fornitori del servizio che i browser utilizzano come pagina iniziale predefinita quella di un motore di ricerca oppure una in cui è presente una casella di ricerca, collegata a un motore di ricerca. La stessa barra dell'indirizzo funge da casella di ricerca se non si inserisce un'URL completo ma solo una sua parte. Firefox dà la possibilità di modificare il motore di ricerca predefinito utilizzando la scheda Ricerca delle Impostazioni.

Quello dei motori di ricerca è un servizio gratuito ma occorre ricordare che i motori di ricerca utilizzano a scopo di lucro le informazioni che riescono a ricavare dalle ricerche degli utenti che, in questo modo, ricevono avvisi pubblicitari mirati.

Fino alla nascita di [Google](#) nel 1998, i motori di ricerca erano divisi in due categorie: quelli che permettevano di trovare i siti web per categorie (o directory), tra cui il principale era [Yahoo](#), e i motori di ricerca che permettevano di farlo per parole chiave, tra cui [Altavista](#), [Excite](#), e altri.

Quando è nato Google, basato su degli algoritmi di ricerca molto più avanzati, ha di fatto sbaragliato la concorrenza di tutti i motori per categorie, mentre chi ha cercato di combattere con le stesse armi di Google ha finora fallito. Oggi, oltre a Google, è molto utilizzato Bing, il motore di ricerca di Microsoft, forte del fatto che è quello predefinito nei browser predefiniti in Windows (prima Internet Explorer e poi Edge).

Esistono alcuni motori di ricerca specializzati che, in alcuni settori specifici possono essere utilizzati al posto di un motore di ricerca generico come Google o Bing:

- a) motori di ricerca per il commercio elettronico (Amazon, eBay, ecc...)
- b) motori di ricerca su enciclopedie (Wikipedia)
- c) motori di ricerca lessicali (Dizionari).

Un motore di ricerca da segnalare è [DuckDuckGo](#) che, al contrario di Google, garantisce la privacy degli utenti. Inoltre stanno nascendo motori di ricerca "semantici" in grado di fornire risposte alle domande degli utenti direttamente, senza passare attraverso altri siti, per esempio [WolframAlpha](#).

3.1.2 Effettuare una ricerca utilizzando una parola chiave, una frase.

Per effettuare una ricerca occorre digitare una o più parole chiave o anche un'intera frase nella casella di ricerca o nella barra dell'indirizzo. Più è precisa la chiave di ricerca, più accurata sarà la selezione di pagine web individuate dal motore.

Immaginiamo di voler cercare informazioni su chi ha scalato il monte Everest. Se digitiamo il solo nome della montagna nella casella di ricerca troveremo molte informazioni inutili: quasi 20 milioni di siti, molti in lingue diverse dall'italiano, che parlano non solo della montagna ma anche di argomenti poco e per niente attinenti (software, agenzie immobiliari, etc...).

Possiamo migliorare di molto i risultati della ricerca inserendo altre parole chiave, per esempio con scalatori Everest troviamo "solo" 14.000 risultati, molti dei quali attinenti alla nostra ricerca.

Il motore di ricerca, se inseriamo più parole, considera che vogliamo trovare risultati che le contengano entrambe, per cui l'ambito di ricerca viene drasticamente ridotto (come se avessimo inserito il connettore logico and, che produce un insieme intersezione).

3.1.3 Affinare una ricerca utilizzando funzioni di ricerca avanzate, quali per frase esatta, per data, per lingua, per formato e tipo di fonte.

Per **affinare** ulteriormente **una ricerca** si possono utilizzare le funzioni di ricerca avanzate

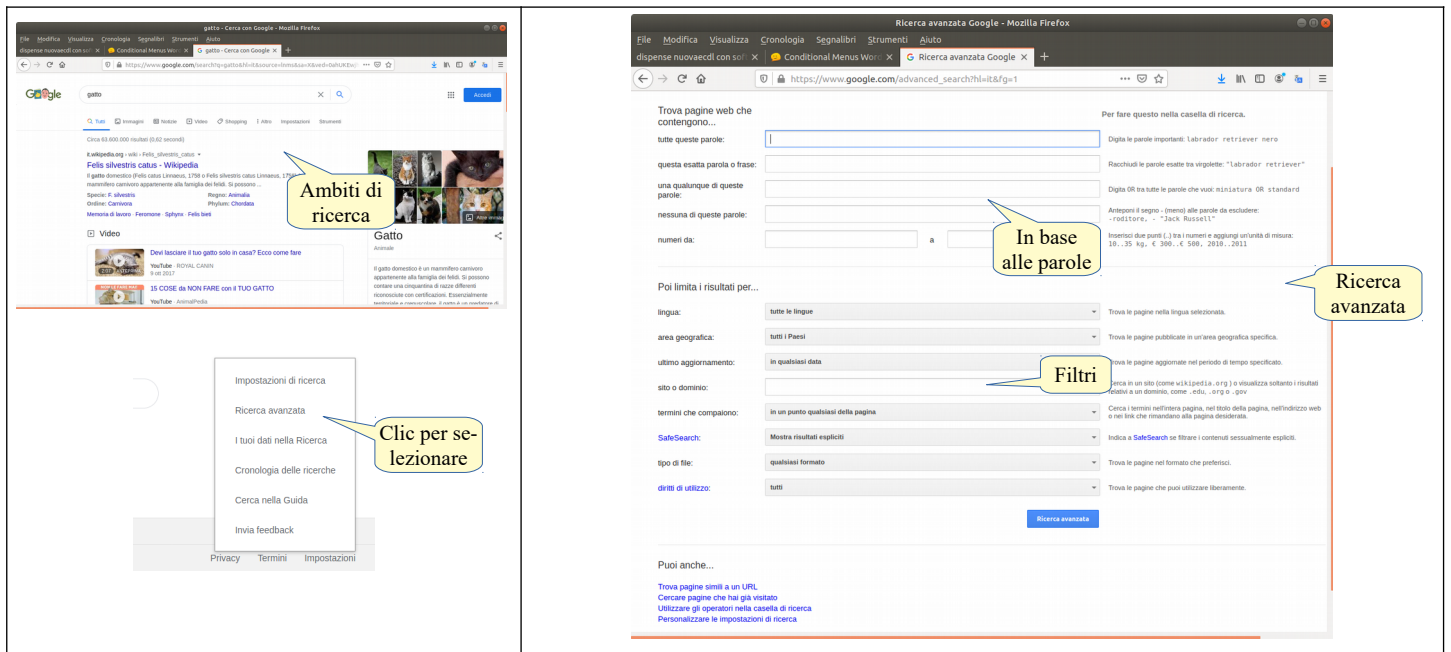
Premesso che Google ha una pagina che permette di facilitare le ricerche avanzate, in base a molti criteri, è possibile anche aggiungere nella casella uno o più specifici operatori di ricerca per filtrarle:

- a) **frase esatta**: racchiudere i termini con virgolette (es. "lupo cattivo"). In questo modo vengono elencate solo le pagine che contengono la frase esatta
- b) **inurl**: specifica che i termini devono essere contenuti nell'URL del sito

- c) **filetype:** specifica il tipo di file da cercare, es. pdf, odt, ecc...
- d) **+ -:** consentono di includere nei risultati parole, lettere o numeri comuni che di solito vengono ignorati dalla tecnologia di ricerca o di escludere tutti i risultati che includono questo termine di ricerca
- e) **OR:** restituisce i risultati che includono almeno uno dei tuoi termini di ricerca (insieme unione)
- f) **intitle:** come in [intitle:marte] restituisce solo i risultati che includono il termine di ricerca nel titolo del documento.

Google dà anche la possibilità di effettuare ricerche in ambiti specifici (immagini, video, commercio online, ecc...) e, tramite la scheda Ricerca avanzata, cui si accede cliccando nella homepage di Google su Impostazioni > Ricerca avanzata, di specificare la chiave di ricerca e di filtrare i risultati in base a numerosi criteri. A fianco di ciascun criterio sono presenti chiare indicazioni su come e quando utilizzarlo:

- a) in base alle parole
 - tutte le parole, equivale all'operatore logico and, insieme intersezione
 - frase esatta, tutte le parole nella stessa sequenza
 - una tra le parole, equivale all'operatore logico or, insieme unione
 - escludi parole, equivale al segno -
 - numeri, per cercare dati numerici
- b) filtri per limitare i risultati
 - lingua del sito, per limitare ad esempio alle pagine nella propria lingua
 - area geografica del sito, per limitare ad esempio ai siti italiani
 - ultimo aggiornamento, per limitare all'ultimo mese o anno
 - all'interno di un sito o dominio, se si conosce il dominio in cui è ospitata la pagina cercata
 - posizione nella pagina, per esempio nel titolo, nell'URL, nei link
 - tipologia di contenuti, per evitare contenuti pornografici
 - tipologia di formato, per cercare un formato di file
 - diritti di utilizzo, per evitare contenuti protetti da diritti d'autore



3.1.4 Effettuare una ricerca in una enciclopedia, dizionario sul web.

Fare ricerche su internet non significa solo trovare siti web, ma anche altri tipi di informazioni, come quelle che si possono trovare in enciclopedie o nei dizionari.

L'enciclopedia online più conosciuta e utilizzata è sicuramente [wikipedia](https://it.wikipedia.org), che deve il suo successo al fatto di essere gratuita e basata sulla condivisione del sapere, con i suoi pregi e i suoi limiti. Esistono tuttavia anche enciclopedie online realizzate dalle principali case editrici italiane, per esempio [Treccani](https://www.treccani.it) o [Sapere](https://www.sapere.it) (De Agostini) o estere, per esempio l'[Enciclopedia Britannica](https://www.britannica.com). Queste ultime mettono a disposizione degli utenti solo alcune parti, mentre per visualizzare il resto occorre registrarsi a pagamento.

Per **effettuare una ricerca su una enciclopedia** online occorre inserire il termine da trovare nella casella di ricerca. Nel caso sia necessario (termini con più di un significato), viene poi richiesto di raffinare la ricerca.



Un altro servizio molto utile che si può trovare su internet è quello dei dizionari online, che permettono di comprendere meglio il significato dei vocaboli. Spesso le enciclopedie online offrono anche questo servizio, mentre esistono siti che offrono specificamente questo servizio, come quello di Google, cui si accede cercando la parola dizionario nel motore di ricerca, il [Dizionario Italiano](#) (Olivetti Media) e [Grandi dizionari](#) (Hoepli).

Per **effettuare una ricerca su un dizionario online** occorre digitare il termine di cui si desidera conoscere il significato nella casella di ricerca e premere il pulsante di ricerca o il tasto Invio della tastiera. Il sito restituirà una definizione e spesso anche la pronuncia, in alcuni casi anche tramite un file mp3.



È opportuno ricordare che, se si utilizza spesso il browser per cercare informazioni di carattere scientifico o lessicale, si può impostare come motore di ricerca predefinito di Firefox un'enciclopedia online o un dizionario online (vedi punto 3.1.1).

3.2 VALUTAZIONE CRITICA

3.2.1 Comprendere l'importanza di valutare criticamente le informazioni online. Comprendere lo scopo di diversi tipi di siti, quali informazione, intrattenimento, opinioni, vendita.

L'informazione, a prescindere dal media utilizzato, deve essere sempre valutata criticamente senza darne per scontata la correttezza. A maggior ragione devono esserlo le informazioni presenti su internet, in quanto è molto più facile per chiunque utilizzare questo mezzo per scrivere qualsiasi cosa, ed è molto più difficile porre dei freni a chi scrive cose inesatte o addirittura false e fuorvianti (le famigerate fake news).

I motivi per cui si trovano così tante informazioni online sono dovute a vari fattori:

- siti di **informazione**: molti giornali da tempo hanno iniziato a pubblicare delle versioni online, gratuite o a pagamento. Queste versioni, anche quelle gratuite, sono vantaggiose per chi le pubblica perché attirano introiti pubblicitari
- siti di **intrattenimento**: sono nate su internet molti siti d'intrattenimento, come radio e tv
- siti di **opinioni**: molte persone e organizzazioni utilizzano internet per propagandare le proprie idee (politiche, religiose, ecc...). I partiti politici e le chiese hanno dei siti web, così come i sindacati, ma anche gruppi estremisti (politica, religione, tifo, ecc...), che difficilmente avrebbero la possibilità di farlo in altro modo
- siti che **vendono merci o servizi**: la pubblicità è l'anima del commercio, per cui moltissime aziende, oltre ad avere un proprio sito web, pagano altri siti per fare pubblicità ai propri prodotti o servizi.

Spesso, in particolare queste due ultime tipologie di siti web, danno informazioni parziali e tendano a esporre soprattutto o solo gli aspetti positivi, e a tacere se non proprio nascondere quelli negativi, che farebbero

perdere un seguace o un cliente.

3.2.2 Individuare i fattori che determinano la credibilità di un sito web, quali autore, riferimenti, aggiornamento del contenuto.

Tuttavia esistono dei modi in cui l'utente può verificare l'esattezza delle informazioni trovate:

- a) considerare l'**autorevolezza dell'autore**. Soprattutto se si tratta di un autore sconosciuto, se ne può verificare l'autorevolezza cercandone il nome su internet tramite un motore di ricerca e analizzando ciò che ha fatto o scritto, e leggendo le opinioni di personaggi credibili
- b) verificare se l'autore, pur non essendo conosciuto, **cita le fonti** da cui trae le proprie convinzioni, e se queste fonti sono credibili
- c) **confrontare le informazioni** provenienti da più siti web
- d) i contenuti, compatibilmente con l'argomento di cui trattano, **devono essere aggiornati** per poter essere credibili.

3.2.3 Riconoscere l'adeguatezza delle informazioni online per un determinato tipo di pubblico.

Le informazioni che vengono fornite dai siti web possono essere rivolte a tutti, ad esempio quelle di un sito web di un giornale generalista o di una enciclopedia online, come Wikipedia.

In altri casi sono rivolte a un pubblico specialistico per motivi di interesse personale o professionali, per esempio i siti che raccolgono comunità di studiosi, di insegnanti o altre categorie professionali, nei quali ci si scambiano conoscenze specifiche. Questi siti generalmente richiedono un'iscrizione e un login per accedere.

3.3 COPYRIGHT, PROTEZIONE DEI DATI

3.3.1 Definire i termini copyright, proprietà intellettuale. Comprendere la necessità di riconoscere le fonti e/o di richiedere l'autorizzazione all'uso quando necessario.

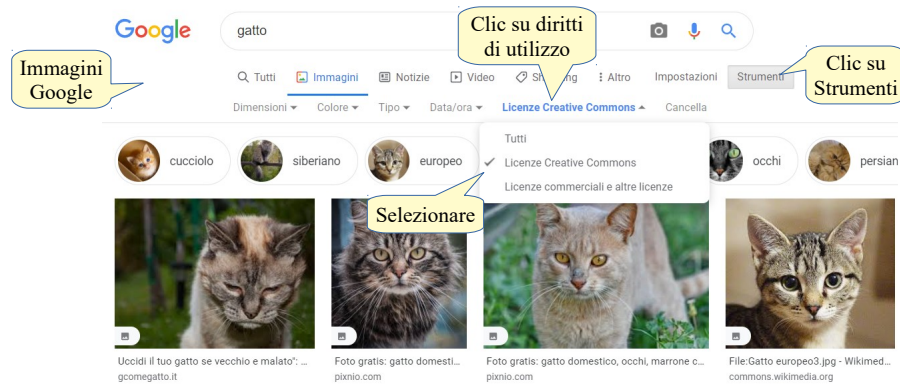
Copyright in lingua inglese significa letteralmente "diritto di copia" e sottintende tutta la normativa che garantisce il diritto d'autore, cioè che l'autore di un'opera dell'ingegno (libro, musica, opera d'arte, film e software) abbia la facoltà esclusiva di diffondere ciò che ha prodotto.

Il diritto di copia è garantito per legge, in Italia dalla legge 633 del 1941 e successive modifiche, e impedisce, a chiunque non sia autorizzato in base alla licenza di utilizzo, di duplicare e diffondere l'opera protetta.

Per ciò che riguarda il software, nel 1984 Richard Stallman e la Free Software Foundation coniarono il termine Copyleft, giocando sul doppio senso della parola "right" che in inglese significa sia "diritto" che "destra"; in questo modo hanno dato il via al free software (software libero) per distinguerlo da quello proprietario. Si possono trovare su Wikipedia maggiori informazioni sul [software libero](#). Per i contenuti testuali e multimediali dal 2001 esistono le licenze [Creative Commons](#), che hanno lo scopo di condividere il sapere, mantenendo il diritto d'autore.

Nel web si possono trovare software, testi e materiale multimediale come immagini, suoni, filmati, che sono facilmente scaricabili direttamente da pagine web oppure attraverso software particolari (file sharing, torrent, ecc...).

Il fatto che si possano scaricare non significa che ciò sia lecito. Pertanto è essenziale essere coscienti della licenza con cui vengono rilasciati. Google, almeno per le immagini, permette di filtrare i risultati in base ai diritti d'utilizzo.



3.3.2 Conoscere i principali diritti e obblighi di chi detiene i dati, secondo la legislazione sulla protezione dei dati personali in Italia.

In tutti i paesi vigono delle leggi sul copyright a riguardo della protezione dei diritti d'autore, che in Italia sono piuttosto severe.

La prima legge che riguarda questo tema è la n. 633 del 1941, poi modificata in diverse occasioni anche per i sopravvenuti cambiamenti tecnologici. Riguarda le opere intellettuali di diversi settori:

- a) la **letteratura**: opere letterarie, drammatiche, scientifiche, didattiche e religiose, sia in forma scritta che orale
- b) la **musica**: opere e composizioni musicali, con o senza parole, opere drammatico-musicali e variazioni musicali purché costituiscano un'opera originale in sé
- c) le **arti figurative**: opere di scultura, pittura, disegni, incisioni o appartenenti ad arti figurative similari, compresa la scenografia
- d) l'**architettura**: i disegni e le opere dell'architettura, le opere del disegno industriale che presentino carattere creativo e valore artistico
- e) il **teatro**: opere coreografiche e pantomimiche (con o senza traccia scritta)
- f) la **cinematografia**: opere cinematografiche, mute o con sonoro
- g) la **fotografia**: le opere fotografiche e quelle espresse con procedimento analogo a quello della fotografia
- h) il **software**: i programmi per elaboratore, in qualsiasi forma essi siano espressi, purché siano il risultato di una creazione intellettuale originale dell'autore. Restano esclusi dalla tutela accordata dalla presente legge le idee e i principi che stanno alla base di qualsiasi elemento di un programma, compresi quelli alla base delle sue interfacce
- i) i **database**: le banche dati, intese come raccolte di opere, dati o altri elementi indipendenti sistematicamente o metodicamente disposti ed individualmente accessibili mediante mezzi elettronici o in altro modo. La tutela delle banche di dati non si estende al loro contenuto; vedi direttiva 96/9/CE[3]
- j) le **opere di disegno tecnico**: le opere del disegno industriale che presentino di per sé carattere creativo e valore artistico.

Bisogna anche essere coscienti del fatto che non è necessario che un'opera sia registrata o che esponga il simbolo © per godere dei diritti d'autore. Pertanto l'unico modo di essere certi che un'opera sia libera, è che questo venga dichiarato nella licenza.

4 Concetti di comunicazione

4.1 COMUNITÀ ONLINE

4.1.1 Comprendere il concetto di comunità online (virtuale). Identificarne degli esempi, quali siti web di reti sociali, forum Internet, conferenze web, chat, videogiochi online.

Le **comunità virtuali** sono dei gruppi di persone che interagiscono non nella vita reale, bensì in quella virtuale, attraverso servizi messi a disposizione dalla rete come i forum, le chat, i giochi in rete e soprattutto, ultimamente, le reti sociali (social network) come Facebook o Twitter.

Una cosa da tener presente è che in una comunità virtuale ciascuno può presentarsi per quello che è realmente, ma anche utilizzare un'identità differente da quella reale. In assenza di contatti reali, spesso è difficile accorgersi di ciò che è verità e di ciò che è finzione.

- a) I **Forum**, detti anche board, message board, bulletin board, gruppi di discussione, sono una struttura informatica, basata generalmente su pagine web realizzate con un opportuno linguaggio di

programmazione che permette l'interattività (php, asp, ecc...) e che si appoggia a un database, accessibili con un browser o con specifiche applicazioni. Nei forum si possono discutere vari argomenti e tutti gli iscritti possono leggere e commentare le opinioni degli altri. Molto diffusi sono i forum in cui si può chiedere e fornire aiuto su tematiche di vario genere, spesso legate all'utilizzo di software

- b) Le **Chat room** permettono di comunicare "in tempo reale" con altri che accedono alle stesse "stanze" di discussione. Una caratteristica è che ciascuno utilizza un nickname (soprannome) che in pratica rende anonimo l'utente
- c) I **Giochi in rete** per computer permettono di sfidare altri concorrenti grazie a un accesso a internet.
- d) Le **Reti sociali** o social network sono siti web che hanno come scopo principale quello di mettere in comunicazione tra di loro i propri utenti, che possono "invitare" qualcuno a entrare a far parte dei propri contatti (amici). I social network si distinguono per alcune caratteristiche: alcuni, come Facebook, puntano maggiormente sul mettere in comune il proprio vissuto (pensieri, immagini, video, ecc...), altri sulla comunicazione (Twitter), infine vi sono delle reti sociali tematiche che puntano su argomenti diversi per esempio Instagram e Pinterest sulle immagini
- e) La **Videoconferenza** sta diventando sempre più importante in quanto permette di limitare gli spostamenti di chi deve partecipare a riunioni, di lavoro o altro. Alcuni siti web o applicazioni specifiche permettono di comunicare con altri tramite chat, audio e video. Per diversi anni il servizio più conosciuto e utilizzato è stato Skype, recentemente acquisito da Microsoft. Negli ultimi anni si sono diffusi molti altri servizi gratuiti (con limitazioni sulla durata e sul numero di partecipanti) come Google Meet, Microsoft Teams, Zoom, Cisco Webex e altri ancora. Esiste poi Jitsi, un servizio gratuito che si basa su software open source.

4.1.2 Illustrare le modalità con cui gli utenti possono pubblicare e condividere contenuti online: blog, microblog, podcast, immagini, audio e videoclip.

Vi sono molti modi in cui gli utenti possono pubblicare e mettere a disposizione delle comunità virtuali propri contenuti:

- a) il **blog**: il termine blog deriva dalla contrazione di web log (diario della rete) e consiste in una sito web in cui l'autore o blogger parla di sé (diario) o di qualche argomento di suo interesse (blog tematico) e sono ammessi commenti dei visitatori. Esistono molte piattaforme gratuite che ospitano (blogger, altervista, wordpress e molte altre). In un blog oltre al testo si possono inserire immagini e clip audio e video
- b) il **microblog**: per microblogging si intende la frequente immissione in rete di brevi messaggi di testo (generalmente di 140 caratteri, più o meno come gli SMS) ma anche immagini e video. La più diffusa piattaforma di microblogging è Twitter
- c) il **podcast**: molti blog dispongono anche di una sistema di podcast, termine che deriva da POD (acronimo di Personal On Demand, personale su richiesta) e broadcast (trasmissione). Si tratta di un sistema che permette di scaricare automaticamente contenuti grazie alla sottoscrizione di feed RSS (una forma di abbonamento) presenti sul blog, e un programma in grado di riceverli, detto aggregatore. Oggi si usa questo termine anche per indicare le registrazioni di trasmissioni radio messe a disposizione sui siti web dell'emittente e ascoltabili o scaricabili via web
- d) le **immagini**: condividere le immagini scattate tramite le reti sociali generaliste, come Facebook, o specializzate, come Instagram o Flickr
- e) **clip audio e video**: anche la condivisione dei clip audio e soprattutto video è molto diffusa e il più famoso sito che premette di farlo, Youtube, è uno dei più visitati nel mondo. Ultimamente è nata una rete sociale dedicata ai microfilmati, della durata massima di 15 secondi (Tik Tok), che viene molto utilizzata soprattutto da adolescenti.



4.1.3 Conoscere le modalità con cui proteggersi durante le attività nelle comunità online: definire le impostazioni di privacy in modo adeguato, limitare la disponibilità delle informazioni personali, usare messaggi privati quando è opportuno, disattivare le informazioni di geolocalizzazione, bloccare/segnalare utenti sconosciuti.

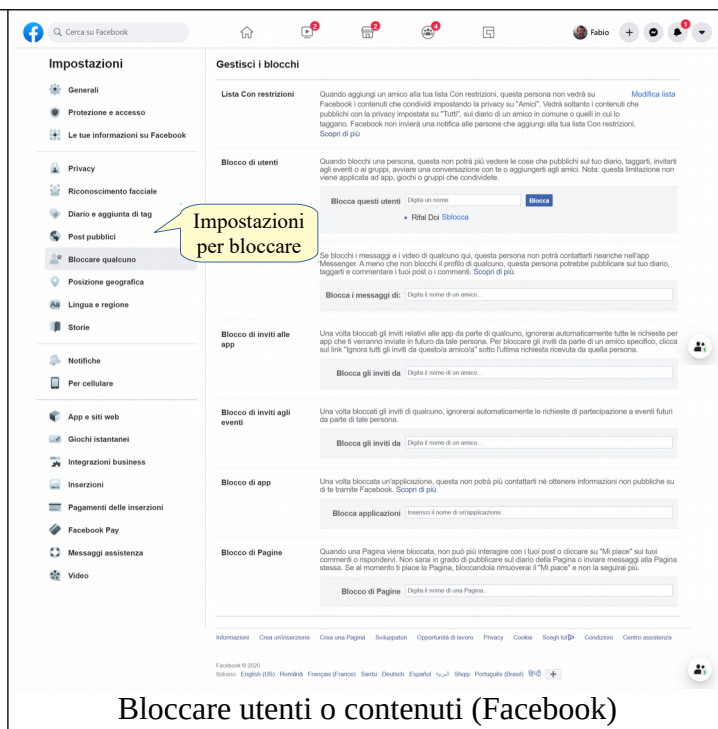
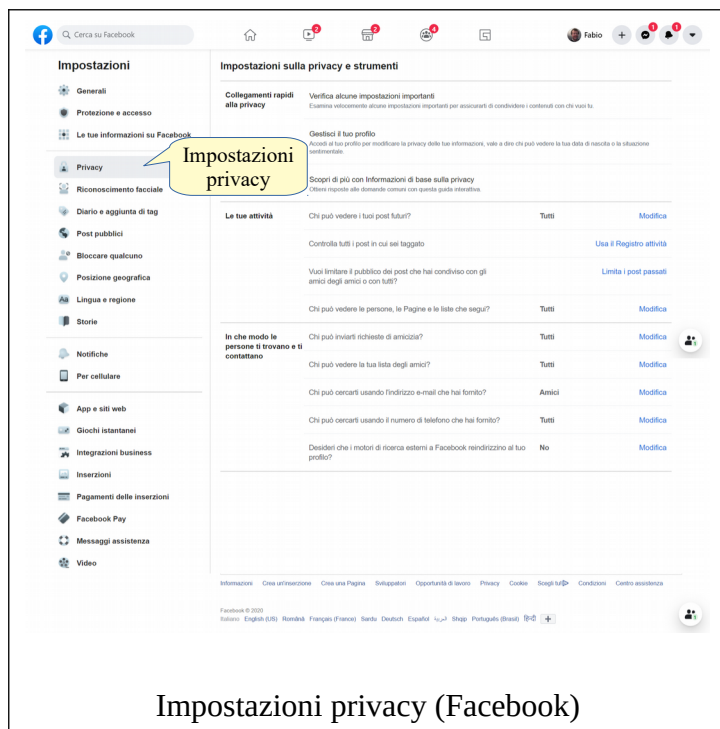
Come precedentemente accennato, le comunità virtuali non permettono di essere sicuri dell'identità delle persone con cui comunichiamo soprattutto se non le conosciamo fisicamente ma solo virtualmente, perché viene filtrata dal computer e dal tipo di comunicazione: non possiamo vederne il viso, toccarlo, percepirne il tono di voce, cose che in una comunicazione reale permettono di capire facilmente il sesso e l'età e, forse in modo meno immediato, anche lo stato d'animo e le intenzioni.

Inoltre occorre ricordare che si perde il controllo di qualsiasi cosa pubblicata su Internet: nel caso ci si penti di aver pubblicato un post, un'immagine o un video, anche se lo si elimina da dove lo si era pubblicato, qualcuno può averlo scaricato o averne catturato lo screenshot per diffonderlo poi ad altri, magari a nostra insaputa, o vendere i dati in essi contenuti al miglior offerente.

Infine bisogna essere coscienti che le reti sociali e la maggior parte dei servizi gratuiti, utilizzano le informazioni fornite dagli utenti per scopi commerciali.

È importante essere consapevoli di tutti questi rischi e saper proteggere la propria privacy, la propria reputazione web e la propria sicurezza. Per farlo si può:

- sulle reti sociali **impostare adeguatamente la privacy** in modo che i propri dati possano essere visualizzati solo da persone fidate
- ridurre il più possibile le informazioni personali** presenti nel proprio profilo e quelle comunicate attraverso post pubblici, cioè visibili da tutti
- comunicare privatamente**, per mezzo di canali sicuri e solo con persone affidabili eventuali informazioni riservate
- non indicare dove ci si trova realmente**, evitando di scrivere queste informazioni nel proprio profilo o nei post pubblici, e disattivando la geolocalizzazione sul proprio dispositivo; tanto meno indicare i propri dati come il numero di telefono o il proprio indirizzo email
- bloccare e segnalare utenti sconosciuti** che chiedono di essere ammessi nella cerchia dei contatti, in particolare se viene commesso qualche abuso, tramite le apposite pagine previste da qualsiasi rete sociale.



4.2 STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

4.2.1 Comprendere il termine "IM" (Instant Messaging).

Il sistema di messaggistica istantanea (in inglese Instant Messaging) consente di scambiare in tempo reale, fra utenti di due o più dispositivi connessi in rete, frasi e brevi testi. È differente dal forum o dalla email perché lo scambio è in tempo reale (sincronico), ed è differente dalla chat in quanto è privata e non pubblica.

Fino a qualche tempo fa messaggi di questo tipo venivano scambiati tramite la rete telefonica tramite SMS (solo testo) e MMS (testo ed elementi multimediali), ma attualmente questi servizi sono stati in gran parte soppiantati da altri i cui dati viaggiano su Internet, e pertanto gratuiti.

Per poter utilizzare la messaggistica istantanea occorre disporre di un account presso un servizio di questo tipo, ad esempio WhatsApp, Telegram, Messenger, e dispositivi connessi a Internet per inviare e ricevere messaggi, anche in gruppi. Attraverso molti di questi applicativi, oltre al semplice testo, si possono scambiare emoticon, file ed effettuare audio e video chiamate.

4.2.2 Comprendere i termini “SMS” (Short Message Service), “MMS” (Multimedia Message Service).

Per SMS (Short Message Service, in italiano Servizio di Brevi Messaggi) si intende la possibilità d'inviare e ricevere brevi messaggi di testo tramite telefonia cellulare. I vantaggi stanno nel costo abbastanza ridotto e nella possibilità di rileggere il messaggio anche a distanza di tempo.

Per MMS (Multimedia Message Service, in italiano Servizio di Messaggi Multimediali) si intende la possibilità d'inviare oltre al testo anche elementi multimediali come immagini, sempre attraverso la telefonia cellulare. Il vantaggio rispetto agli SMS è di poter inviare anche immagini, ma il costo elevato non ne facilita la diffusione.

Questi sistemi, utilizzabili a pagamento attraverso la linea telefonica, sono stati in gran parte soppiantati dai sistemi d'Instant Messaging (vedi punto precedente).

4.2.3 Comprendere il termine “VoIP” (Voice Over Internet Protocol).

La sigla VoIP (Voice Over Internet Protocol, in italiano Trasmissione della Voce attraverso il Protocollo Internet indica una tecnologia che permette di effettuare chiamate voce e video attraverso una connessione a Internet, anziché tramite la normale linea telefonica.

Il vantaggio di questa tecnologia è di rendere estremamente economica la comunicazione che, in molti casi e con alcune limitazioni (durata della chiamata, numero dei partecipanti) per esempio utilizzando servizi come Skype e simili, è addirittura gratuita (vedi punto 5.1.2 della dispensa Computer essentials).

4.2.4 Riconoscere il modo migliore di utilizzare la comunicazione elettronica: essere accurati e sintetici, indicare con chiarezza l'oggetto della comunicazione, non rivelare dettagli personali se non necessario, non diffondere materiale inappropriato, eseguire un controllo ortografico sul contenuto.

Anche nell'utilizzo della rete e in particolare dei servizi di comunicazione come la posta, la messaggistica, il VoIP, il blog e così via, esistono delle regole di buon comportamento, che prendono il nome di “netiquette” (etichetta della rete).

Alcune di queste regole vogliono che:

- a) **i messaggi devono essere brevi e precisi**, per evitare che si perda tempo nella lettura o, peggio, non si comprenda con esattezza il contenuto
- b) **l'oggetto del messaggio deve essere sempre accuratamente compilato** per facilitare l'immediato riconoscimento dell'argomento del messaggio da parte del destinatario
- c) **non devono essere diffusi dati personali** non indispensabili, per tutelare la propria privacy
- d) **non devono essere diffusi contenuti inappropriati**, legati alla sfera della pornografia, della violenza, del razzismo, ecc...
- e) **il testo del messaggio deve essere controllato** in modo da evitare che vi siano errori ortografici e di battitura
- f) **verificare bene che eventuali allegati siano privi di malware**, prima d'inviarli ai destinatari
- g) **non si devono inviare messaggi con l'indirizzo email in chiaro** a più destinatari, per evitare di comunicare dati personali a estranei (vedi punto 4.3.4).

Si possono trovare maggiori e più precise informazioni sulla [netiquette](#) su Wikipedia o anche su molti altri siti web.

4.3 CONCETTI DELLA POSTA ELETTRONICA

4.3.1 Comprendere il termine “e-mail” e conoscere i suoi impieghi principali.

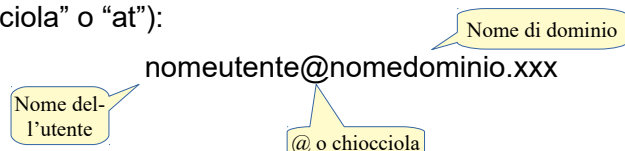
Il termine e-mail deriva da Electronic mail, cioè posta elettronica. La posta elettronica è uno dei tanti servizi che Internet mette a disposizione degli utenti e utilizza protocolli specifici, diversi da quelli di altri servizi di cui abbiamo parlato in precedenza.

La posta elettronica negli ultimi anni è diventata uno strumento sempre più utilizzato per comunicare a distanza, dato che presenta numerosi vantaggi rispetto alla posta tradizionale:

- a) un aspetto molto importante è la **velocità** con cui i messaggi possono raggiungere qualsiasi luogo della terra
- b) un altro vantaggio è la possibilità di **allegare documenti** a un messaggio di posta elettronica, praticamente qualsiasi tipo di file (documenti di testo, immagini, suoni, filmati, ecc...)
- c) inoltre inviare messaggi email è **gratuito**, a parte i costi di connessione
- d) infine la posta elettronica dà la possibilità di **consultare la propria casella ovunque** nel mondo, a condizione di avere un collegamento a internet; oggi questo è ancora più facile in quanto qualsiasi ISP mette a disposizione un sistema di consultazione della propria posta, la **webmail**, che non richiede un programma specifico in quanto accessibile da un qualsiasi browser.

4.3.2 Capire come è strutturato un indirizzo di posta elettronica.

Un indirizzo email è per certi aspetti simile a quello della posta ordinaria, in quanto comprende un nome (il nome utente) e un indirizzo (il nome di dominio dell'organizzazione che fornisce il servizio di posta) separati dalla @ (si pronuncia "chiocciola" o "at"):



Al nome di dominio corrisponde un server sul quale è installata l'applicazione che fornisce il servizio di posta, la quale ha tante caselle di posta quanti sono gli utenti registrati.

Per potersi registrare ogni utente deve avere un nome univoco, diverso da tutti gli altri. Ecco perché quando ci si registra presso un fornitore del servizio di posta, a volte capita che venga segnalato che il nome utente scelto non sia disponibile, pertanto occorre sceglierne un altro.

4.3.3 Essere consapevoli dei possibili problemi durante l'invio di file allegati, quali limiti alle dimensioni del file, limitazioni sui tipi di file.

Ai messaggi email è possibile allegare file. Tuttavia non sempre questi allegati vengono inviati o raggiungono il destinatario, dato che i server di posta pongono dei limiti in base al tipo di contratto con l'utente o per motivi di sicurezza.

Molti server di posta pongono dei limiti alle dimensioni che possono avere i file allegati che, generalmente, non possono superare alcuni MegaByte. Quasi tutti i servizi di posta impediscono l'invio e la ricezione di messaggi che contengono file eseguibili, per ridurre i rischi della diffusione di malware.

Per superare il limite della dimensione degli allegati, alcuni servizi di posta, ad esempio WeTransfer, mettono a disposizione uno spazio web su cui caricare il file da allegare, che il destinatario potrà scaricare seguendo il collegamento presente nel corpo del messaggio.

Per superare il blocco dei file eseguibili, è possibile provare a inserirli in un archivio compresso che, in alcuni casi ma non sempre, viene consegnato dai server di posta.

4.3.4 Illustrare la differenza tra i campi "A", "Copia conoscenza" (Cc), "Copia nascosta" (Ccn) e comprenderne l'utilizzo più adeguato.

Quando si invia un messaggio è possibile indicare tra tipologie di destinatari del messaggio:

- a) A: indica che il destinatario o i destinatari sono gli unici destinatari o i destinatari principali
- b) CC (Copia Conoscenza): indica che il destinatario o i destinatari presenti in questo campo non sono quelli principali, ma ricevono il messaggio in copia. Viene usato per mettere al corrente tutti gli interessati, per esempio in un gruppo di lavoro
- c) CCN (Copia Conoscenza Nascosta): indica che il destinatario o i destinatari ricevono il messaggio in copia, ma senza che gli altri destinatari ne siano al corrente. È una modalità da usarsi solo in casi molto particolari oppure quando si invia un messaggio a molte persone che non si conoscono tra di loro, e non si vuole ledere la loro privacy mettendo in chiaro il loro indirizzo email.

4.3.5 Essere consapevoli della possibilità di ricevere messaggi fraudolenti o non richiesti. Essere consapevoli del rischio di infettare il computer attraverso messaggi di posta elettronica.

La posta elettronica è diventata nel corso degli anni anche uno strumento per inviare pubblicità indesiderata, chiamata in gergo "**spam**", dal nome di una marca americana di carne in scatola di qualità scadente. Si

calcola che più della metà dei messaggi di posta elettronica in circolazione siano di questo tipo, cosa che ha costretto i fornitori di servizi email ad attivare filtri antispam sui propri server, col rischio di provocare la cancellazione di messaggi legittimi scambiati per pubblicitari. Si possono trovare su Wikipedia maggiori informazioni sul termine [spamming](#).

Quando si ricevono messaggi di spam, la cosa da fare è cancellarli immediatamente, senza aprirle e soprattutto senza rispondere, neppure per mandare il mittente “a quel paese”: ciò non farebbe che confermare che l'indirizzo email è attivo.

Bisogna poi sapere che i messaggi di posta possono contenere malware, generalmente sotto forma di allegati. Prima di aprire un allegato è bene essere certi che il mittente sia fidato, che lo abbia inviato volontariamente e, attraverso una scansione antivirus, che non sia infetto.

4.3.7 Comprendere il termine “phishing”.

Col termine phishing (dall'inglese fishing, pescare) si intende il tentativo da parte di malintenzionati, di carpire dati riservati di un utente simulando l'invio di un messaggio di posta elettronica da parte di un'istituzione (banca, sito di commercio elettronico, provider) che detiene e vuole controllare le credenziali dell'utente.

In tal modo, l'utente ignaro viene indotto a fornire le proprie credenziali (nome utente e password) o altri dati riservati (ad esempio il numero della carta di credito) senza rendersi conto che le fornisce a un perfetto sconosciuto, probabilmente malintenzionato.

Un tentativo di phishing è facilmente riconoscibile in varie modalità:

- a) prima di tutto **NESSUNA** istituzione chiederà mai la conferma delle credenziali tramite email, in quanto è risaputo che si tratta di un mezzo non sicuro
- b) spesso il linguaggio utilizzato non è la lingua dell'utente, oppure è una cattiva traduzione
- c) un messaggio di phishing generalmente contiene un link a un sito web dove inserire le credenziali, apparentemente identico a quello ufficiale dell'istituzione, ma ospitato su un server e con un nome di dominio differente; è sufficiente controllare nella barra dell'indirizzo se il dominio è davvero quello dell'istituzione o differente (certificato) e se la comunicazione avviene in modo sicuro (protocollo https).

Ma come fa un “phisher” a sapere che si è utenti della tale banca o del tale negozio virtuale? In realtà non lo sa proprio e invia messaggi a una serie d'indirizzi a caso, esattamente come fa uno spammer. Tuttavia una certa percentuale di messaggi finirà casualmente a utenti di quella istituzione anche se a loro non sembrerà una casualità.

Si possono trovare su Wikipedia maggiori informazioni sul termine [phishing](#).

5 Uso della posta elettronica

5.1 INVIO DI UN MESSAGGIO

5.1.1 Accedere a un account di posta elettronica

La posta elettronica è un servizio che permette ai titolari di caselle di posta l'invio e la ricezione di messaggi. Per accedere alla propria casella di posta elettronica è necessario quindi fornire ai server le proprie credenziali (nome utente e relativa password) cosa che può avvenire:

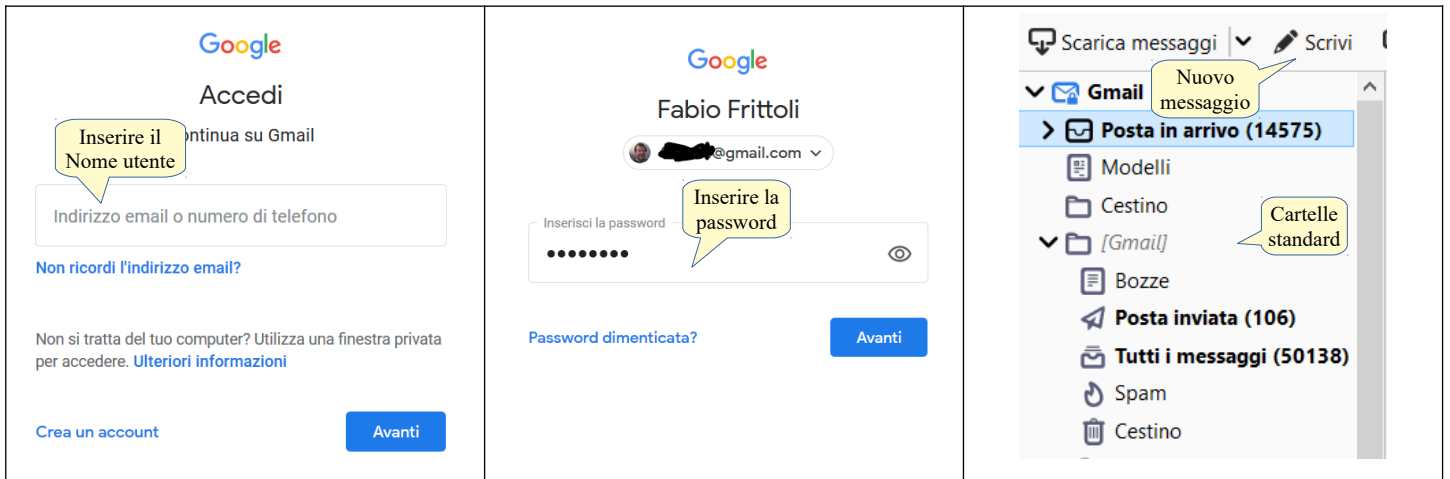
- a) tramite un'applicazione client che si connette a due **server remoti**, uno per la **ricezione** della posta (pop, post office protocol, o imap, Internet Message Access Protocol) e l'altro per l'**invio** dei messaggi (smtp, simple mail transfer protocol)
- b) attraverso la webmail, cioè un sito web che permette di leggere e inviare messaggi di posta elettronica.

5.1.2 Comprendere lo scopo principale delle cartelle standard di posta elettronica: **Posta in arrivo, Posta in uscita, Posta inviata, Posta eliminata/Cestino, Bozze, Indesiderata/Spam.**

Normalmente qualsiasi servizio di posta elettronica dispone di alcune cartelle in cui vengono inseriti i messaggi:

- a) **Posta in arrivo** che contiene i messaggi ricevuti
- b) **Posta in uscita** che contiene i messaggi scritti in attesa di essere inviati (non presente in molti servizi di posta elettronica, ad esempio Google mail)
- c) **Posta inviata** che contiene i messaggi già inviati con successo
- d) **Indesiderata** che contiene i messaggi considerati tali dal programma anche in base all'addestramento effettuato dall'utente

- e) **Cestino** che contiene i messaggi cancellati, ma non ancora eliminati definitivamente
- f) **Bozze** che contiene i messaggi iniziati ma non ancora inviati.



5.1.3 Creare un nuovo messaggio.

Per scrivere un nuovo messaggio si possono scegliere varie alternative, che possono essere leggermente differenti in base al programma o applicazione web che si usa. In questa dispensa utilizziamo Thunderbird nella versione attualmente disponibile, la 78.4):

- a) cliccare il pulsante **Scrivi** nella barra degli strumenti
- b) scegliere **Nuovo > Messaggio** dal menu **File**
- c) premere la combinazione **Ctrl+N**.

È possibile anche, dopo aver aperto la rubrica e selezionato un contatto, scegliere **Scrivi** dal menu contestuale.

5.1.4 Inserire uno o più indirizzi di posta elettronica, liste di distribuzione nei campi “A”, “Copia conoscenza” (Cc), “Copia nascosta” (Ccn).

Dopo aver creato un nuovo messaggio come descritto nel punto precedente, compare la finestra **Scrivi**, che permette di compilare il messaggio in tutte le sue parti.

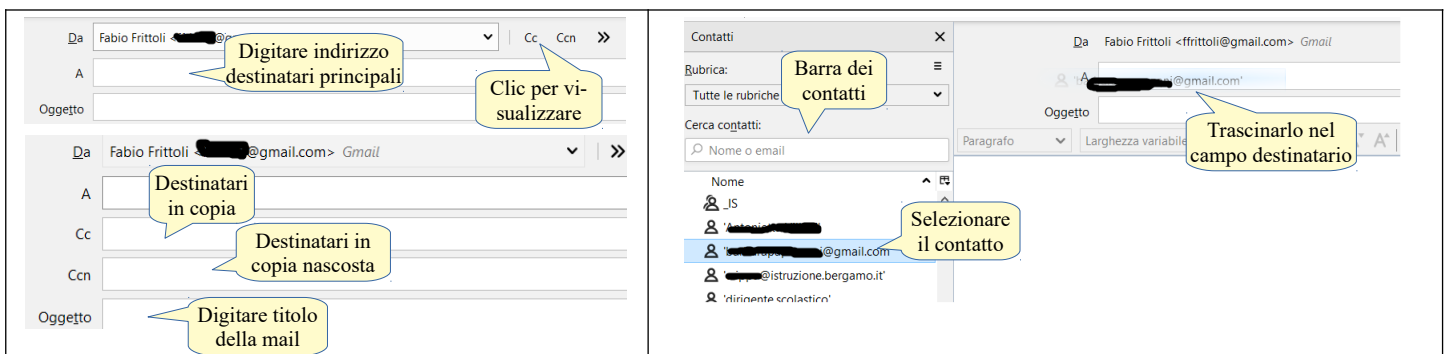
Per **inserire l'indirizzo del destinatario** o dei destinatari sono presenti tre tipologie di campi:

- a) uno o più destinatari principali (A:)
- b) uno o più destinatari che ricevono in copia (CC:, copia per conoscenza)
- c) uno o più destinatari che ricevono in copia senza che gli altri destinatari lo sappiano (CCN:, copia conoscenza nascosta).

Quest'ultimo tipo di campo destinatario va usato in modo corretto, non tanto per inviare una mail “di nascosto” quanto per evitare che inviando una mail a più persone che non si conoscono, si rendano noti gli indirizzi email dei destinatari ledendo così la loro privacy.

Si può scrivere direttamente l'indirizzo oppure, se presente nella rubrica, lo si può inserire per trascinamento dalla barra dei contatti, che può essere visualizzata scegliendo **Barra contatti** dal menu **Visualizza** o premendo il tasto **F9**.

Una lista di distribuzione è un “gruppo” di indirizzi email che, inserita come destinatario, fa sì che il messaggio venga inviato a tutti i membri del gruppo.



5.1.5 Inserire un titolo adeguato nel campo “Oggetto” e inserire, copiare testo nel corpo del messaggio.

È importante inserire un titolo appropriato, che rimandi al contenuto del messaggio, nel campo Oggetto, subito al di sotto dello spazio per l'indirizzo del destinatario, perché in tal modo quest'ultimo si rende subito conto del contenuto del messaggio stesso. Inoltre inserire un titolo può essere utile quando si deve fare una ricerca tra molti messaggi. Infine si tratta di una delle regole della netiquette.

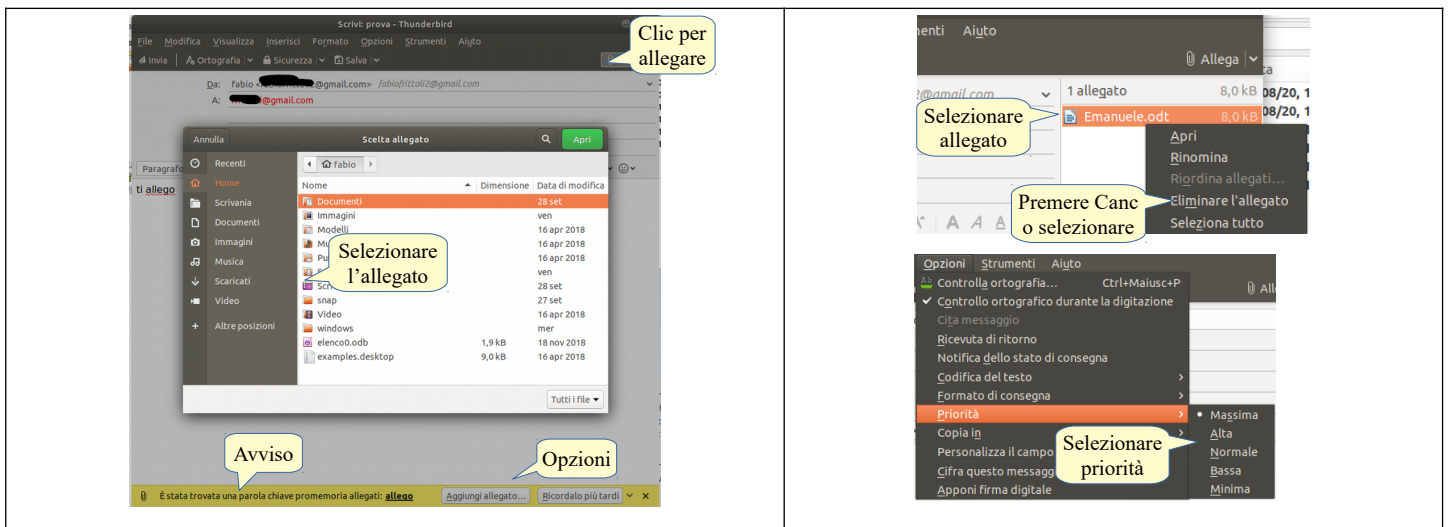
Se si tenta di inviare un messaggio senza titolo, il programma avvisa e dà la possibilità di inserirlo all'ultimo momento. In ogni caso è sempre possibile inviare un messaggio anche senza titolo, se proprio lo si desidera.

5.1.6 Aggiungere, eliminare un file allegato al messaggio.

Uno dei grandi vantaggi della posta elettronica rispetto a quella tradizionale, è la possibilità di allegare file a un messaggio.

Per **allegare un file**, occorre cliccare sull'icona Allega oppure premere la combinazione di tasti Maiusc+Ctrl+A per accedere alla finestra di dialogo nella quale scegliere il file (o i file) da allegare. In alternativa si può anche trascinare il file direttamente nell'area allegati, a destra dello spazio per l'indirizzo del destinatario. Il programma si accorge se nel corpo del messaggio sono contenute parole attinenti agli allegati e, nel caso non sia già presente un allegato, lo segnala.

Per **eliminare un allegato** erroneamente scelto, selezionare il file allegato e premere il tasto Canc oppure scegliere la voce Elimina dal menu contestuale.



5.1.7 Inviare un messaggio con o senza priorità.

Quando si compone un messaggio email, se ne può impostare la priorità più o meno alta in base a quanto si ritiene importante e urgente il messaggio stesso.

Per farlo si deve scegliere dal menu Opzioni la voce Priorità, dove si può scegliere una voce compresa tra Massima, Alta, Normale, Bassa o Minima.

È bene ricordare che questa funzione non ha particolare significato, in quanto non tutti i programmi di posta mettono in evidenza la priorità dei messaggi ricevuti.

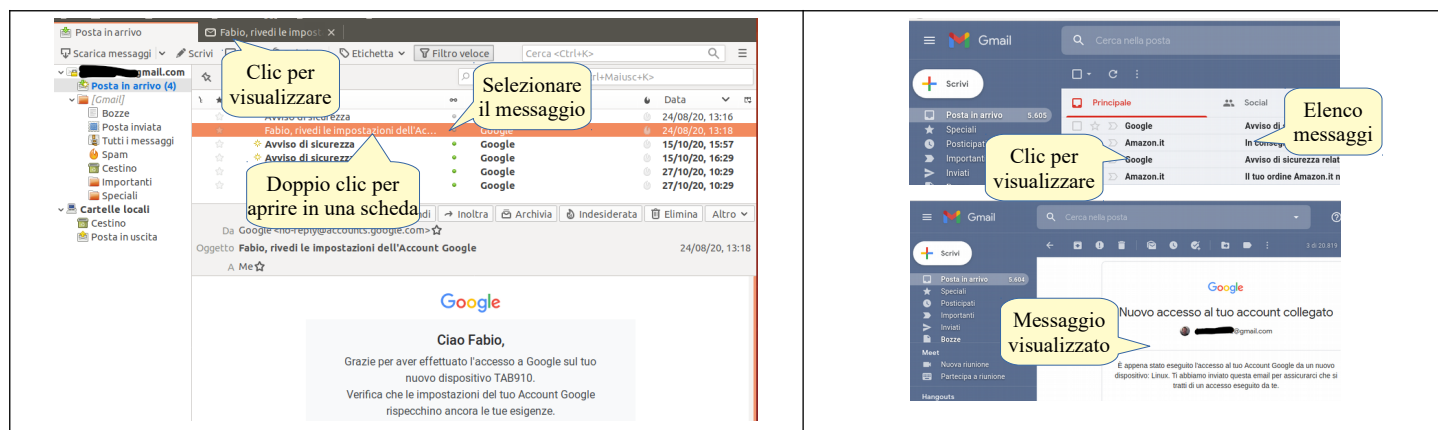
5.2 RICEVERE UN MESSAGGIO

5.2.1 Aprire, chiudere un messaggio.

Per **aprire un messaggio** di posta, con quasi tutti i programmi o la webmail è sufficiente selezionare il messaggio perché venga visualizzato in una delle parti in cui è suddivisa la finestra. Con Mozilla Thunderbird è possibile aprire un messaggio in tutta la finestra, come una nuova scheda accessibile con la classica linguetta in alto, facendo doppio clic sul messaggio.

La webmail di Google non dispone di una finestra di anteprima, pertanto nella parte destro della schermata viene visualizzato l'elenco dei messaggi. Per visualizzare il contenuto di uno di essi occorre cliccare sulla rispettiva riga affinché si venga visualizzato solo quel messaggio.

Per **chiudere un messaggio** se visualizzato nell'anteprima di Thunderbird o nella webmail, occorre deselezionarlo. Se il messaggio è stato aperto come scheda in Thunderbird, occorre chiudere la scheda cliccando la X sulla relativa linguetta.



5.2.2 Usare le funzioni Rispondi e Rispondi a tutti e identificare i casi in cui dovrebbero essere utilizzate.

I client di posta e anche la webmail hanno una funzione per rispondere a un messaggio ricevuto, che crea un nuovo messaggio contenente nel campo A: anche il testo del messaggio cui si risponde. Se il messaggio cui si risponde aveva solo me come destinatario, sarà disponibile solo la funzione Rispondi; se invece i destinatari erano più di uno, sarà disponibile anche la funzione Rispondi a tutti.

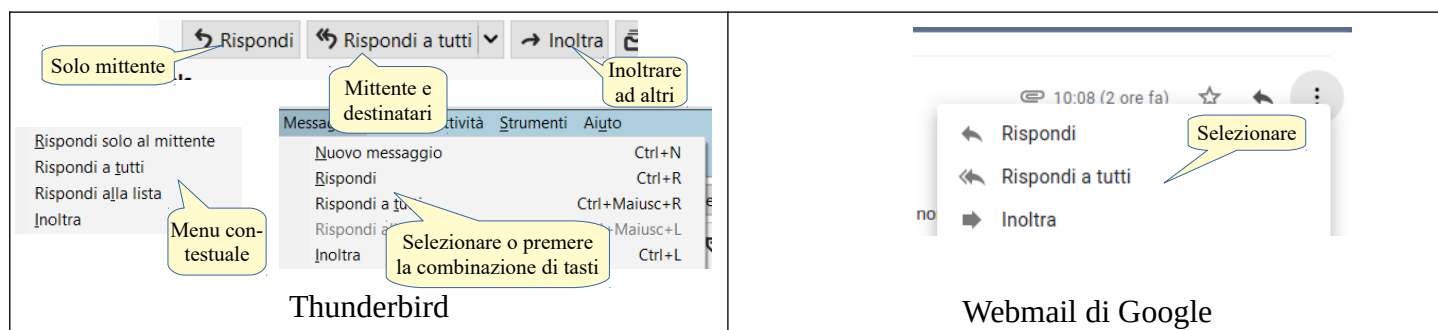
Per **rispondere a un messaggio** occorre cliccare sull'icona Rispondi della barra degli strumenti, scegliere Rispondi al mittente dal menu contestuale o dal menu Messaggio, o premere la combinazione Ctrl+R. Ciò aprirà in una finestra un messaggio con già impostato:

- nel campo A: l'indirizzo email della persona che ci aveva inviato il messaggio
- nel campo oggetto lo stesso oggetto preceduto da Re:
- nel corpo il messaggio originale visualizzato come citazione.

Il fatto che l'oggetto sia preceduto da Re: (reply, in inglese) permette ad alcuni programmi client di posta e soprattutto alle applicazioni webmail, di riunire i messaggi in "discussioni", facilitando il ritrovamento di precedenti messaggi sullo stesso argomento.

Per **rispondere a tutti**, mittente e altri destinatari, occorre cliccare sull'icona Rispondi a tutti, la voce Rispondi a tutti dal menu contestuale o dal menu Opzioni, oppure premere la combinazione di tasti Ctrl+Maiusc+R. Anche gli altri programmi client di posta nonché le applicazioni webmail dispongono di questa possibilità, che è davvero molto comoda in molti casi.

Rispondere a tutti è utile quando alla discussione su un certo tema partecipano più persone, in modo che ciascuno sia al corrente delle opinioni di tutti gli altri e ne possa tenere conto in eventuali risposte.



5.2.3 Inoltrare un messaggio.

I client di posta e la webmail danno anche la possibilità d'inoltrare a terzi un messaggio ricevuto; anche in questo caso il nuovo messaggio ha già compilati il campo Oggetto con lo stesso oggetto del messaggio originale, preceduto da Fwd (forward, che in inglese significa inoltrare), e il corpo del testo con lo stesso testo del messaggio originale visualizzato come citazione. Nel campo A: va inserito l'indirizzo del destinatario. Inoltrare messaggi può essere una cosa molto utile, per diffondere informazioni, ma è importante rispettare la volontà del mittente: per esempio è lecito inoltrare messaggi che esplicitamente invitino a farlo, negli altri casi è buona norma, prima d'inoltrare un messaggio, avere conferma che il mittente è d'accordo.

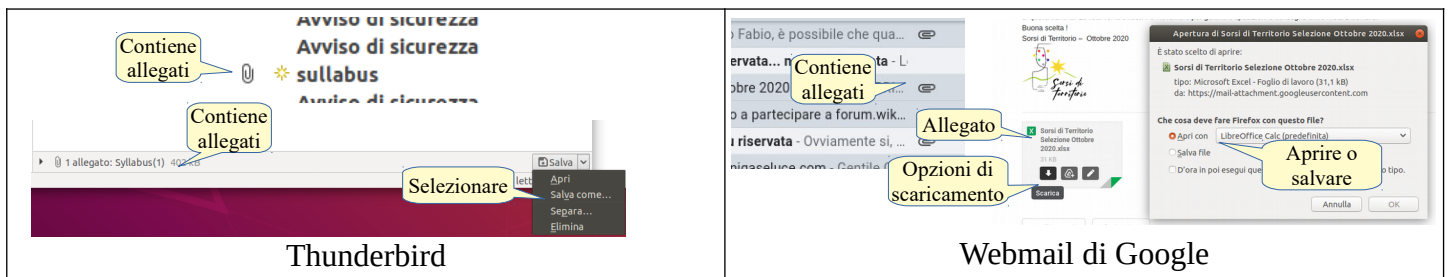
Per **inoltrare un messaggio** occorre cliccare sul relativo pulsante nella barra degli strumenti, selezionare Inoltra dal menu contestuale o dal menu Opzioni, o premere la combinazione di tasti Ctrl+L.

5.2.4 Aprire, salvare un allegato su un disco.

I messaggi con allegati sono riconoscibili dagli altri a colpo d'occhio perché il client o la webmail lo segnalano con una graffetta. Quando si riceve un messaggio con allegati, prima di aprirlo o salvarlo è opportuno verificare che non contenga malware. Per **aprire o salvare un allegato** da un client di posta elettronica o dalla webmail occorre:

- aprire il messaggio
- visualizzare l'allegato in fondo al messaggio
- cliccare su Salva e poi selezionare Apri o Salva.

Con Thunderbird è anche possibile "separare" un allegato dal messaggio: ciò significa che il file viene salvato su disco e contemporaneamente eliminato dal messaggio che lo conteneva, allo scopo di ridurre lo spazio occupato nella casella di posta.



5.2.5 Visualizzare l'anteprima di stampa di un messaggio, stamparlo usando le opzioni di stampa disponibili.

Per **visualizzare l'anteprima di stampa** di un messaggio con Thunderbird occorre selezionare il comando nel menu File o in quello contestuale. Nella webmail di Google non esiste questo comando: l'anteprima di stampa viene visualizzata quando si clicca su Stampa.

Per **stampare un messaggio**, in Thunderbird occorre selezionare il comando nel menu File o in quello contestuale, oppure premere la combinazione di tasti Ctrl+P. Nella webmail di Google occorre aprire il messaggio e cliccare l'icona Stampa in alto a destra.

Nella finestra di dialogo che si apre è possibile selezionare la stampante, specificare un intervallo di pagine da stampare e il numero di copie. Se si vogliono modificare le impostazioni della pagina, lo si può fare scegliendo Imposta pagina... dal menu file o nell'anteprima di stampa per accedere all'omonima finestra di dialogo, nella quale è possibile scegliere il formato della carta e l'orientamento (scheda formato e opzioni) e impostare i margini, le intestazioni e i piè di pagina. Nella webmail di Google, le impostazioni di pagina possono essere modificate nell'omonima scheda della finestra di dialogo Stampa.

In linea di massima, per motivi economici ed ecologici, sarebbe preferibile non stampare i messaggi di posta; è bene pertanto...



Selezionare

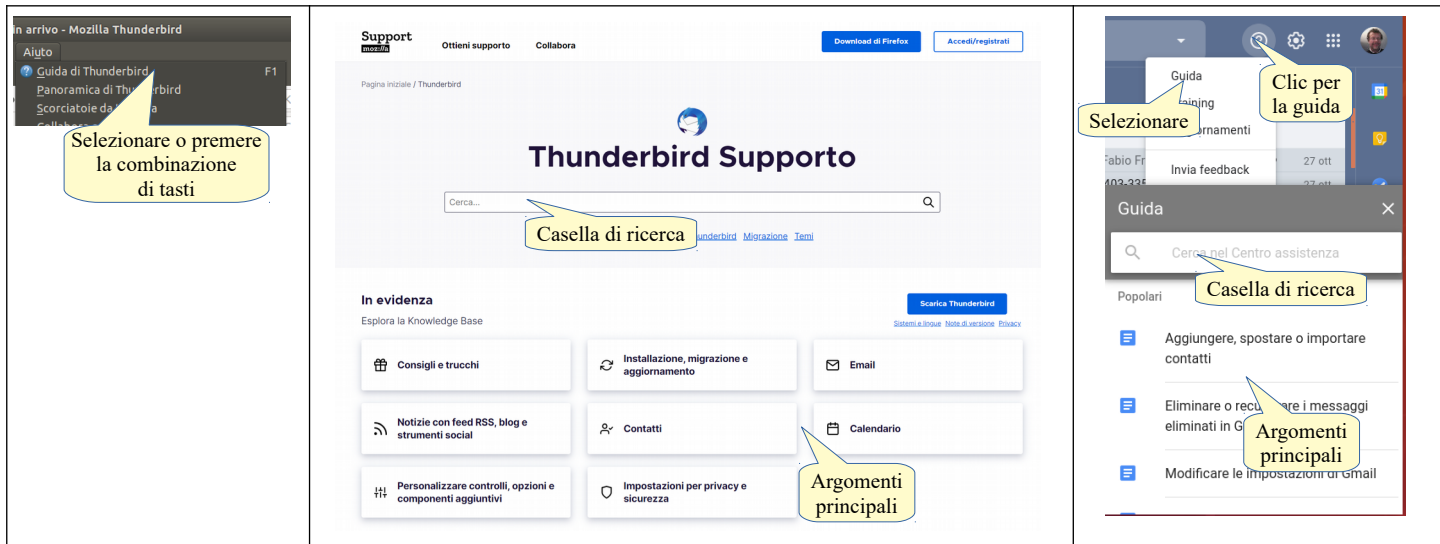
Thunderbird	Anteprima (Thunderbird)	Stampa (webmail Google)
-------------	-------------------------	-------------------------

5.3 STRUMENTI E IMPOSTAZIONI

5.3.1 Usare le funzioni disponibili di Guida in linea del programma.

Per **visualizzare la guida** (solo online) occorre scegliere Guida di Thunderbird nel menu Aiuto o premere il tasto F1. Si possono cercare le informazioni in base agli argomenti, oppure utilizzare la casella di ricerca.

Al momento in cui scrivo, sebbene si possa scegliere la guida in lingua italiana, non sono presenti risposte nella nostra lingua: è necessario quindi utilizzare l'inglese.



5.3.2 Mostrare, nascondere le barre degli strumenti. Minimizzare, ripristinare la barra multifunzione.

Per **mostrare le barre degli strumenti** occorre mettere la spunta sul relativo nome in Barre degli strumenti dal menu Visualizza o nel menu contestuale cui si accede con un clic destro del mouse su una barra visibile. Per **nascondere le barre degli strumenti** va tolta la spunta. In Thunderbird non è presente la barra multifunzione.



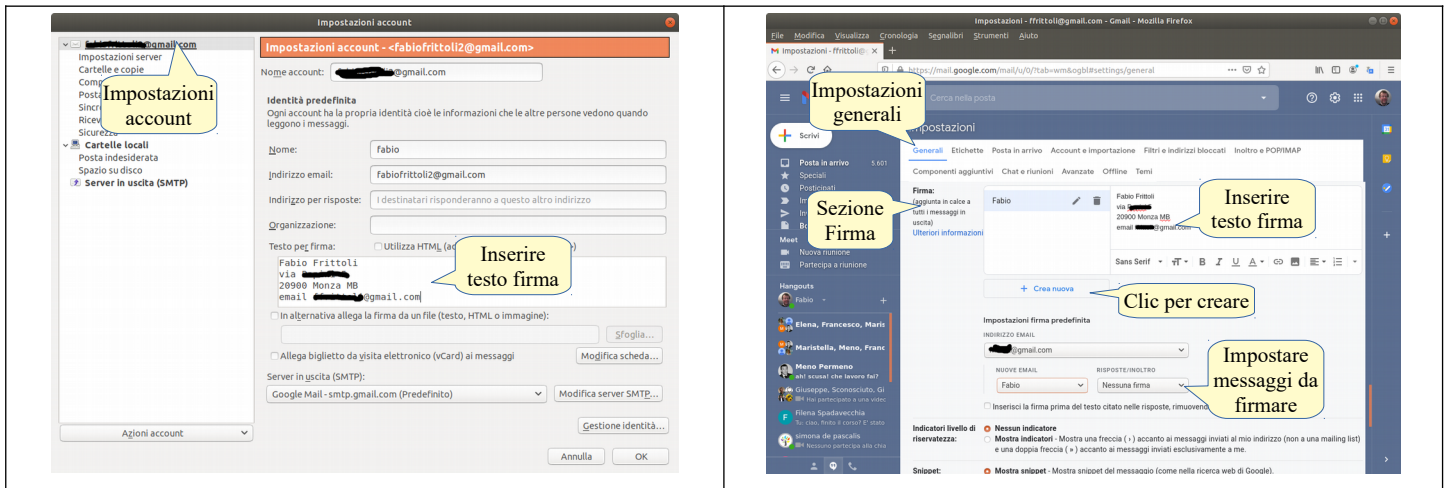
5.3.3 Creare e inserire una firma testuale in un messaggio.

Può essere comodo, in particolare per chi usa la posta elettronica per lavoro, far sì che tutti i messaggi inviati contengano una firma testuale in cui siano visualizzati, senza doverli scrivere ogni volta, il proprio nome e recapito. È possibile creare, per ciascun account, un testo differente.

Per **creare una firma testuale**, in Thunderbird occorre aprire la finestra Impostazione account... dal menu Modifica e cliccare sull'intestazione dell'account a cui si desidera aggiungere la firma. Qui si trova il campo Testo per firma, dove si può digitare o incollare il testo della firma. Se lo si desidera si può impostare anche il formato Html, per mezzo del quale si possono usare i tag di formattazione. In tal modo la firma verrà inserita automaticamente in tutti i nuovi messaggi.

Nella webmail di Google occorre accedere alle Impostazioni generali scorrendo la pagina fino ad arrivare a

Firma. Qui occorre cliccare su Crea nuova, assegnarle un nome e impostare a quali messaggi in uscita deve essere apposta (nuovi messaggi, risposte).



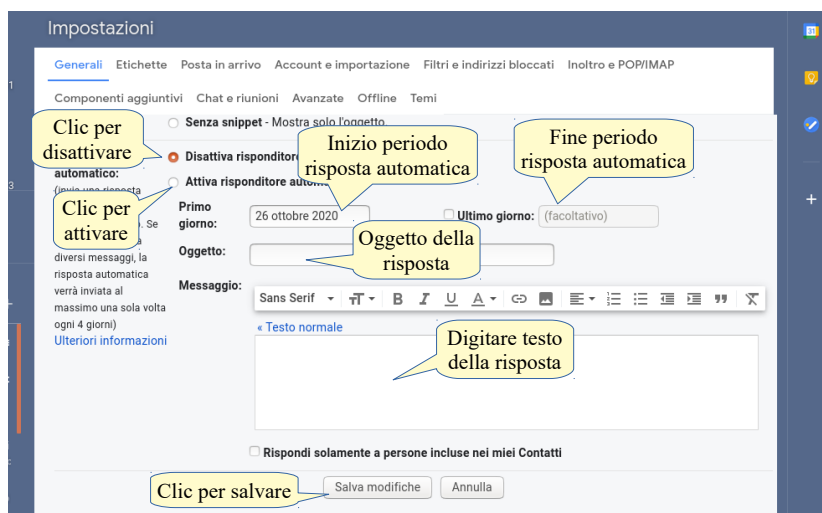
5.3.4 Attivare, disattivare una risposta automatica di assenza dall'ufficio.

L'attivazione di un messaggio di risposta automatico fa sì che, anche quando non possiamo (o non vogliamo) rispondere a messaggi di posta in arrivo, il servizio di posta lo faccia per noi, anche se in modo standardizzato.

Mozilla Thunderbird non dispone di un sistema integrato che svolga questa funzione in quanto è necessario interagire con i server di posta, che utilizzano standard differenti. Tuttavia, poiché il programma è modulare, sono disponibili delle estensioni che sono in grado d'interagire con alcuni dei principali server di posta (Gmail, Hotmail, Yahoo, ecc...).

Pertanto occorre **attivare la risposta automatica** utilizzando le impostazioni della propria casella di posta, se questa lo mette a disposizione. La webmail di Google dispone di un risponditore automatico, che si può attivare accedendo alle Impostazioni Generali e scorrendo la finestra fino a raggiungere la relativa sezione.

Qui è possibile attivare o disattivare la risposta automatica, specificare il periodo in cui ciò deve avvenire, digitare l'oggetto e il testo della risposta. Al termine occorre cliccare su Salva modifica per renderle effettive.



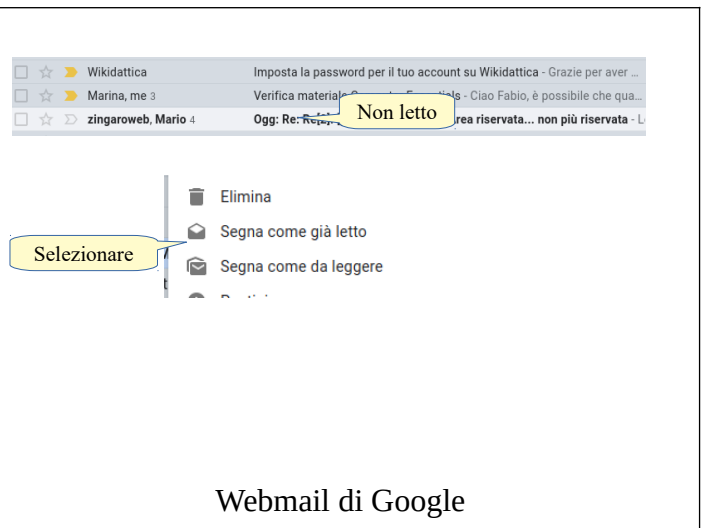
5.3.5 Riconoscere un messaggio come letto, non letto. Marcare un messaggio come non letto, già letto. Marcare, smarcare un messaggio di posta elettronica.

Un messaggio non ancora letto viene evidenziato in grassetto in Thunderbird e nella webmail di Google. L'evidenziazione viene tolta quando il messaggio viene aperto.

Per **marcare un messaggio come Non letto**, per esempio per ricordarsi di leggere con più calma un messaggio già visto di sfuggita, occorre selezionare il messaggio e scegliere Non letto nel menu contestuale o nel menu messaggio presente in Thunderbird. In tal modo il messaggio verrà nuovamente evidenziato in grassetto. Ovviamente è possibile anche la procedura inversa, cioè segnare un messaggio non ancora letto come Letto, per esempio se si capisce dal mittente o dall'oggetto che si tratta di un messaggio poco interessante che tuttavia non si vuole cancellare. Per **marcarlo come Letto**, scegliere questa voce nel menu contestuale o nel menu Messaggio di Thunderbird.



Thunderbird

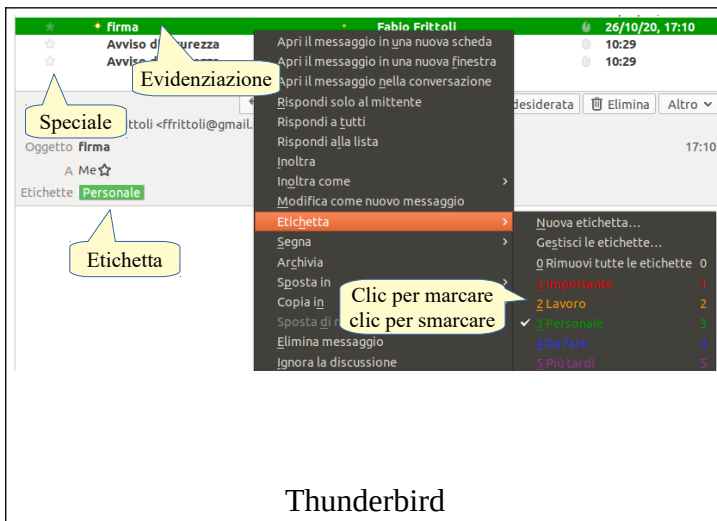


Webmail di Google

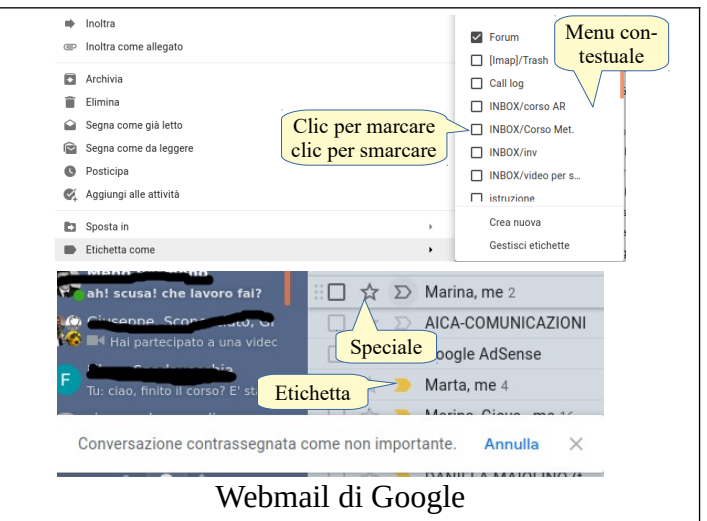
Per **marcare un messaggio** sono disponibili in Thunderbird due strumenti: contrassegnare il messaggio come Speciale e assegnargli un'etichetta. Nella webmail di Google è possibile assegnare un'etichetta.

Per **contrassegnare un messaggio come speciale** occorre cliccare sulla relativa icona a forma di stella nella colonna Speciali; in tal modo questa diventa gialla. Per **smarcare il messaggio** si deve cliccare nuovamente sulla stellina, che tornerà bianca.

Per **assegnare un'etichetta** occorre sceglierne una nel menu contestuale o nel menu Messaggio di Thunderbird. È possibile in entrambe le modalità utilizzare le etichette predefinite oppure crearne di nuove. In Thunderbird il messaggio nell'elenco verrà evidenziato col colore specificato nell'etichetta e nell'intestazione comparirà l'etichetta. La webmail di Google utilizza una logica diversa e l'etichetta corrisponde a un filtro che sposta il messaggio in una specifica cartella; tuttavia è presente una sorta di etichetta a sinistra dei messaggi nell'elenco con la possibilità di marcare come Importante o Non importante. Per **smarcare il messaggio**, si deve cliccare nuovamente sull'etichetta per togliere la spunta.



Thunderbird



Webmail di Google

5.3.6 Creare, eliminare, aggiornare un contatto, una lista di distribuzione.

La rubrica di un programma di posta elettronica ha lo stesso scopo di una rubrica cartacea e cioè di memorizzare dati (indirizzi di posta elettronica, ma anche numeri di telefono, di fax, indirizzo postale, ecc...) di una serie di contatti, per ritrovarli facilmente e utilizzarli per l'invio di messaggi.

Rispetto a quella cartacea, ha anche il grande vantaggio di poter essere letta in modo non sequenziale attraverso ricerche, quindi possiamo tranquillamente dire che è una rubrica "potenziata".

Per **creare un contatto** in Thunderbird occorre:

- aprire la rubrica per mezzo dell'omonimo pulsante della barra degli strumenti, scegliere Rubrica dal menu Strumenti o premere la combinazione di tasti Ctrl+N
- selezionare nuovo contatto nella barra degli strumenti della rubrica
- aggiungere i dati del contatto (nome, cognome, ecc...)
- aggiungere uno o più indirizzi email del contatto

e) aggiungere eventualmente altri dati utili.

È anche possibile aggiungere un contatto in modo automatico con la seguente procedura:

- selezionare un messaggio del contatto che si vuole aggiungere alla rubrica
- fare clic destro sul mittente
- scegliere Aggiungi in rubrica dal menu contestuale.

Per **modificare un contatto** esistente occorre selezionarlo e aprirlo cliccando sul pulsante Modifica, scegliendo Proprietà contatto... nel menu Modifica, Modifica contatto nel menu contestuale, premendo la combinazione di tasti Ctrl+I oppure con un doppio clic. Nella finestra che si apre, si possono apportare le modifiche necessarie. Per confermare cliccare su OK.

Per **eliminare un contatto** occorre selezionarlo e cliccare Elimina nella barra degli strumenti o nel menu contestuale, oppure premere il tasto Canc.

La rubrica della webmail di Google utilizza i dati presenti in Contatti Google, uno strumento separato dalla posta vera e propria.

Come abbiamo detto in precedenza, uno dei vantaggi della posta elettronica è quello di poter inviare a molti lo stesso messaggio, per esempio per inviare una newsletter o una circolare (vedi punto 4.3.1).

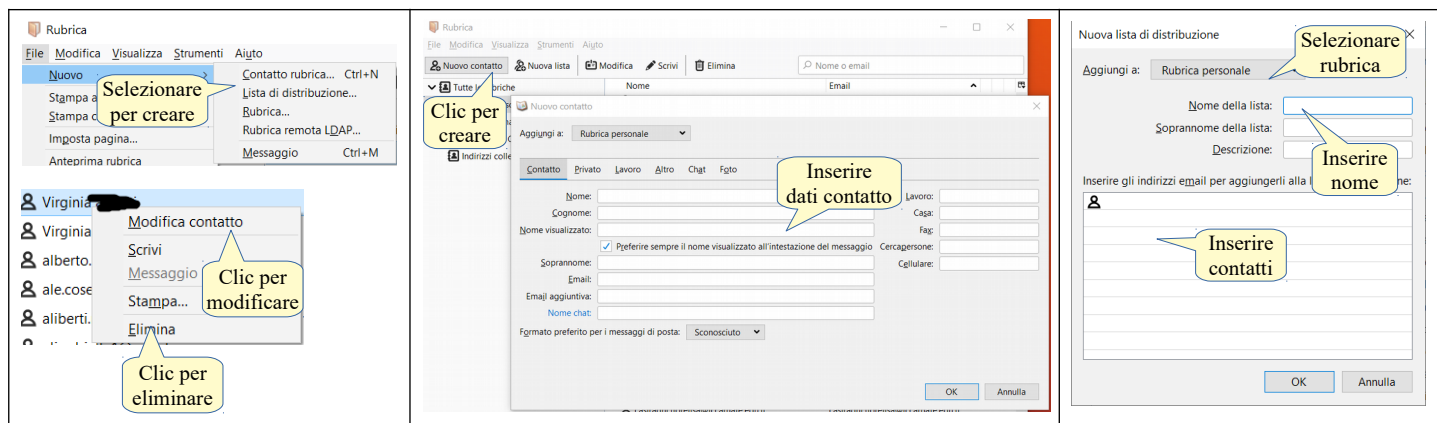
Per facilitare questo compito, nella rubrica è possibile creare, oltre ai contatti singoli, anche delle Liste di distribuzione, cioè dei gruppi composti da un certo numero di contatti; quando si vuole inviare un messaggio a quei corrispondenti, basta inserire nel campo Destinatario la lista anziché gli indirizzi dei singoli per inviare il messaggio contemporaneamente a tutti.

Per **creare una lista di distribuzione** occorre:

- cliccare Nuova lista nella barra degli strumenti della rubrica, nel menu File o nel menu contestuale cui si accede con un clic destro su una rubrica
- nella finestra di dialogo inserire un nome per la lista
- inserire gli indirizzi email dei componenti la lista a mano oppure selezionandoli tra quelli esistenti: quando si inizia a scrivere un nome o un indirizzo email, appare la lista dei nomi o degli indirizzi esistenti, tra i quali è possibile selezionare e inserire quello desiderato.

Per **modificare una lista** esistente occorre aprirla scegliendo Proprietà lista dal menu Modifica, Modifica lista dal menu contestuale o con un doppio clic sulla lista e aggiungere, modificare o eliminare indirizzi dall'elenco.

Per **eliminare una lista** occorre selezionarla e cliccare Elimina nella barra degli strumenti o nel menu contestuale, oppure premere il tasto Canc.



5.4 ORGANIZZAZIONE DEI MESSAGGI

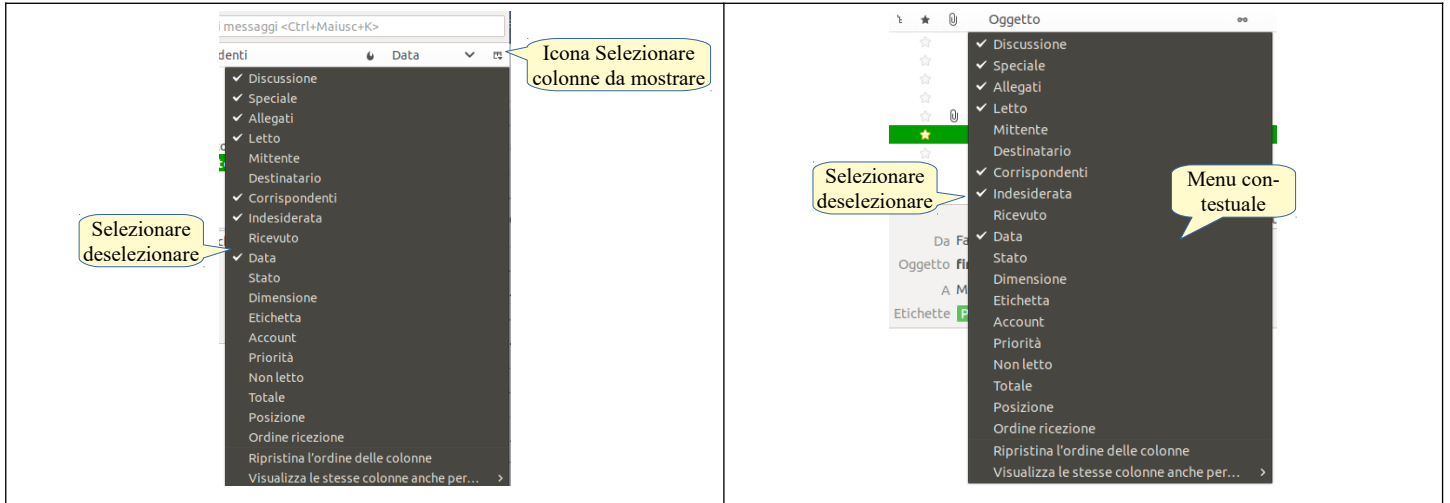
5.4.1 Aggiungere, eliminare colonne delle intestazioni della posta in arrivo, quali mittente, oggetto, data.

La sezione Elenco messaggi di Thunderbird è organizzata in righe, ciascuna delle quali riporta un messaggio, e colonne, ciascuna delle quali corrisponde a un campo di dati, come il mittente, l'oggetto ecc...

Per **aggiungere delle colonne** delle intestazioni nell'elenco dei messaggi, si deve cliccare per spuntare la colonna desiderata nel menu cui si accede cliccando sull'icona Selezionare le colonne da mostrare nell'angolo in alto a destra o quello contestuale cui si accede cliccando col pulsante destro del mouse in un punto qualsiasi della riga delle intestazioni di colonna.

Per **eliminare una colonna**, occorre cliccare sul nome per togliere la spunta.

Nella webmail di Google non è possibile aggiungere o eliminare delle colonne nell'elenco dei messaggi.

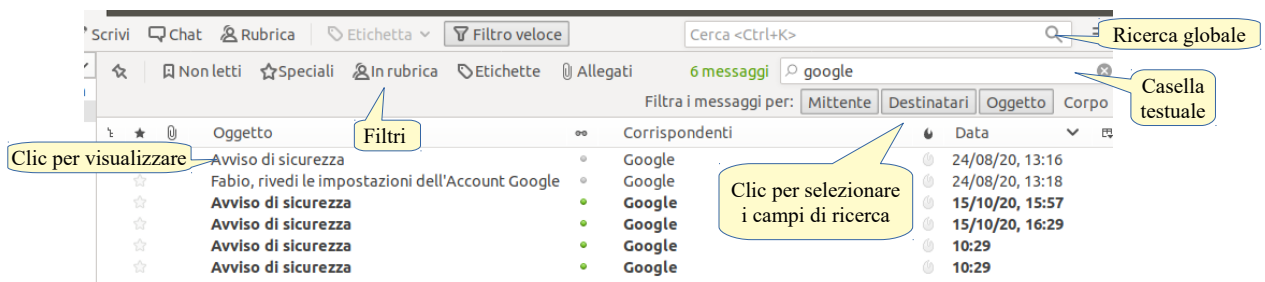


5.4.2 Cercare un messaggio per mittente, oggetto, contenuto

Quando sono presenti molti messaggi può diventare difficile trovarne uno quando ci serve. Pertanto i programmi di posta elettronica forniscono delle funzioni di ricerca in base a uno o più parametri.

Per **cercare messaggi**, Mozilla Thunderbird mette a disposizione due strumenti:

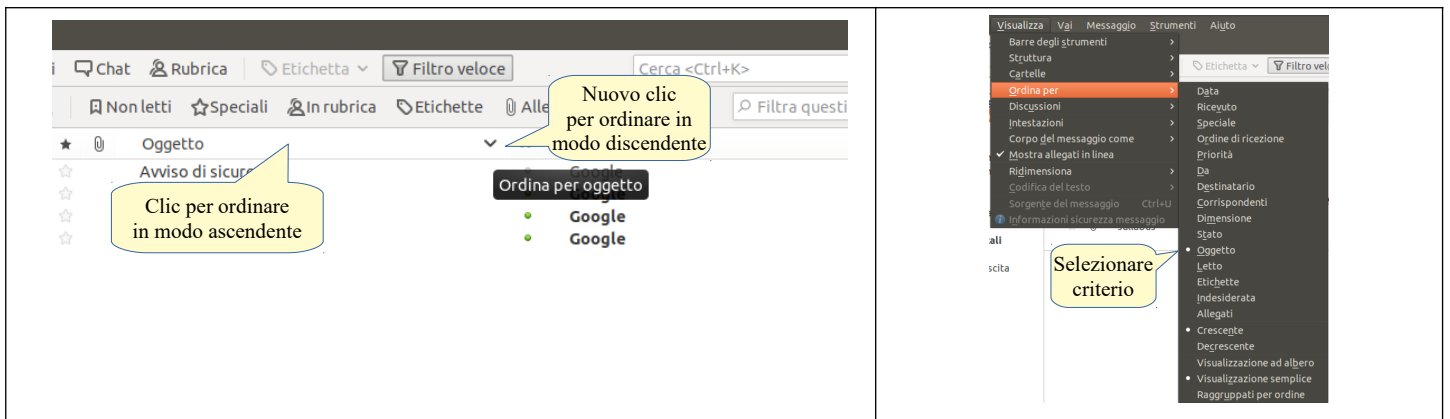
- per ricerche veloci nella Barra degli strumenti Filtro veloce sono presenti delle icone e una casella di ricerca testuale. Questa modalità cerca solo i messaggi presenti nella cartella selezionata
 - il pulsante Non letti visualizza solo i messaggi marcati come non letti
 - il pulsante Speciali visualizza solo i messaggi marcati come speciali
 - il pulsante In rubrica visualizza solo i messaggi inviati da persone presenti nella rubrica
 - il pulsante Etichette visualizza solo i messaggi ai quali è stata assegnata un'etichetta
 - il pulsante Allegati visualizza solo i messaggi con allegati
 - la casella di ricerca testuale permette di digitare una chiave di ricerca per visualizzare solo i messaggi che contengono quel testo in uno o più campi, che è possibile selezionare dopo aver avviato la ricerca: **mittente**, **destinatario**, **oggetto** e **corpo** del messaggio (contenuto)
- per ricerche più complesse, la Ricerca globale. Questa modalità cerca i messaggi in tutte le cartelle ed è costituita da una casella di testo in cui inserire.



5.4.3 Ordinare i messaggi per nome, per data, per dimensione.

Per **ordinare i messaggi** in base a un criterio occorre cliccare sull'intestazione della rispettiva colonna una volta (ordine ascendente) e una seconda volta (ordine discendente). In alternativa, si può scegliere un criterio in Ordina per dal menu Visualizza.

Nella webmail di Google non è possibile ordinare i messaggi in modo differente da quello predefinito (in ordine decrescente per data).



5.4.4 Creare, eliminare una etichetta/cartella di posta. Spostare messaggi in una etichetta/cartella.

Occorre chiarire la differenza tra “cartelle” ed “etichette”. Entrambe sono modi per tenere in ordine i messaggi:

- il termine cartella deriva dal gergo informatico classico dove intende un contenitore strutturato nel file system e viene usato nei clienti di posta come Thunderbird
- la webmail di Google utilizza il termine etichetta che ha un significato simile ma meno legato al concetto di file system, più versatile e per certi aspetti simile ai tag con cui si classificano i file musicali: un messaggio può stare in una sola cartella, mentre può avere più etichette senza essere duplicato.

Come impostazione predefinita, Mozilla Thunderbird inserisce tutti i messaggi ricevuti nella cartella Posta in arrivo e quelli inviati nella cartella Posta inviata.

Quando i messaggi ricevuti o inviati sono molti, può essere comodo suddividerli in cartelle, in base al mittente/destinatario, in base all'argomento, in base all'account. O in base ad altri criteri personali.

Per **creare una cartella** in Thunderbird occorre posizionarsi dove si desidera venga creata e scegliere Nuovo > Cartella... dal menu File oppure dal menu contestuale; se ci si posiziona in una cartella precedentemente creata, la voce si trasforma in Crea Sottocartella... Si accede in tal modo a una finestra di dialogo che permette d'inserire il nome della nuova cartella e di modificarne la posizione.

Per **eliminare una cartella** esistente, selezionare la cartella e scegliere Elimina cartella dal menu Modifica o dal menu contestuale, oppure semplicemente premere in tasto Canc. La cartella con tutti i messaggi in essa contenuti verranno spostati nel Cestino, da cui possono essere ripristinati. Per eliminare definitivamente la cartella, scegliere Svuota cestino dal menu File o dal menu contestuale cui si accede con un clic destro sul cestino.

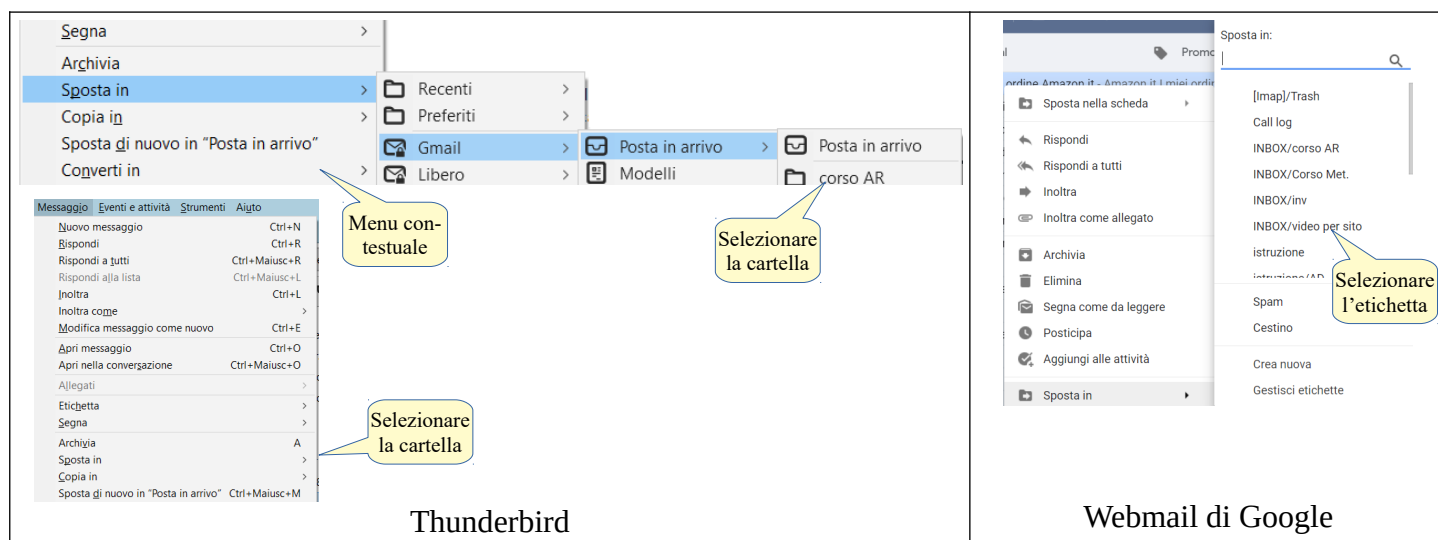
Per **creare un'etichetta** nella webmail di Google occorre scorrere l'albero delle etichette fino a Crea nuova etichetta, cliccando sulla quale si apre una finestra di dialogo che permette di digitarne il nome e crearla.

Per **eliminare un'etichetta** occorre scorrere l'albero delle etichette fino a Gestisci etichette, cliccando sulla quale si accede alle etichette ciascuna delle quali può essere eliminata cliccando su Rimuovi.



Per **spostare messaggi** in una cartella occorre selezionare il messaggio o i messaggi da spostare e trascinarli col mouse nella cartella desiderata. In alternativa scegliere Sposta in dal menu Messaggio o dal menu contestuale e selezionare la cartella in cui spostare il messaggio o i messaggi.

Nella webmail di Google è possibile spostare i messaggi in una etichetta scegliendo nel menu contestuale la voce Sposta in che mostra l'elenco delle etichette, tra cui selezionare quella desiderata.



5.4.5 Eliminare un messaggio. Recuperare un messaggio eliminato.

Per **eliminare un messaggio** in Thunderbird occorre selezionarlo e premere il tasto Canc, scegliere Elimina messaggio dal menu Modifica o trascinarlo nel Cestino. Occorre ricordare che un messaggio cancellato non viene eliminato direttamente, ma inserito nella cartella speciale Cestino, nel caso si sia cancellato per errore e lo si voglia ripristinare.

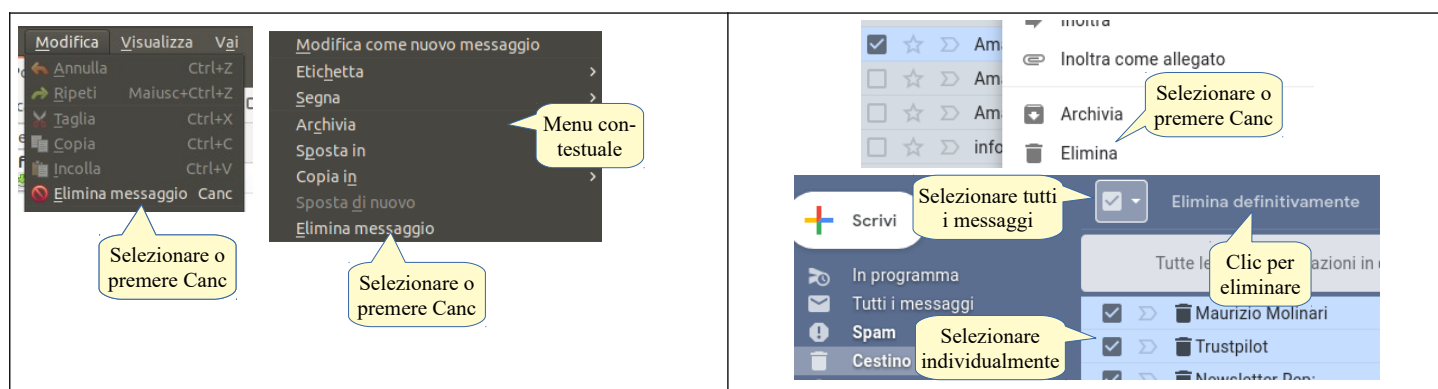
Per **recuperare un messaggio cancellato**, sempre che non si sia svuotato il cestino, occorre selezionarlo nella cartella speciale cestino e trascinarlo in un'altra cartella col mouse oppure spostarlo scegliendo Sposta in dal menu Messaggio o dal menu contestuale. In Mozilla Thunderbird non esiste il comando Ripristina.

Nella webmail di Google le procedure di cancellazione e recupero sono identiche, ma i comandi si trovano solo nel menu contestuale.

5.4.6 Svuotare il cestino/cartella posta eliminata.

Per **svuotare il Cestino** ed eliminare definitivamente messaggi cancellati o meglio spostati nel cestino, occorre scegliere Svuota cestino dal menu File oppure dal menu contestuale cui si accede con un clic destro sul cestino.

Nella webmail di Google per svuotare il Cestino occorre accedervi, selezionare i messaggi e cliccare su Elimina definitivamente.



5.4.7 Spostare un messaggio, togliere un messaggio dalla posta indesiderata/spam.

La posta indesiderata è un grosso problema e quindi da tempo esistono filtri antispam a livello di server (vedi punto 5.1.2).

Quando viene consegnata nella nostra casella la posta è quindi già stata filtrata: in base alle scelte effettuate dal nostro provider la spam può essere stata parcheggiata in una apposita cartella da cui può essere recuperata nel caso si tratti di un falso positivo.

Per **spostare un messaggio nella posta indesiderata** e per **recuperare un messaggio dalla posta indesiderata** occorre effettuare un'operazione di spostamento (vedi punto 5.4.4).

Thunderbird dispone di un filtro proprio, in grado di “imparare” dalle indicazioni dell'utente. Per impostare queste funzionalità occorre scegliere la scheda Sicurezza nella pagina Opzioni, accessibile dal menu Strumenti e spuntare la casella Attiva registro attività del filtro incrementale per la posta indesiderata.

Per addestrare il filtro, quando si riceve un messaggio indesiderato che è sfuggito ai controlli sul server, è possibile marcarlo manualmente come spam cliccando sull'icona nella relativa colonna. Ciò fa sì che il messaggio venga marcato come indesiderato e futuri messaggi simili verranno spostati nella relativa cartella.

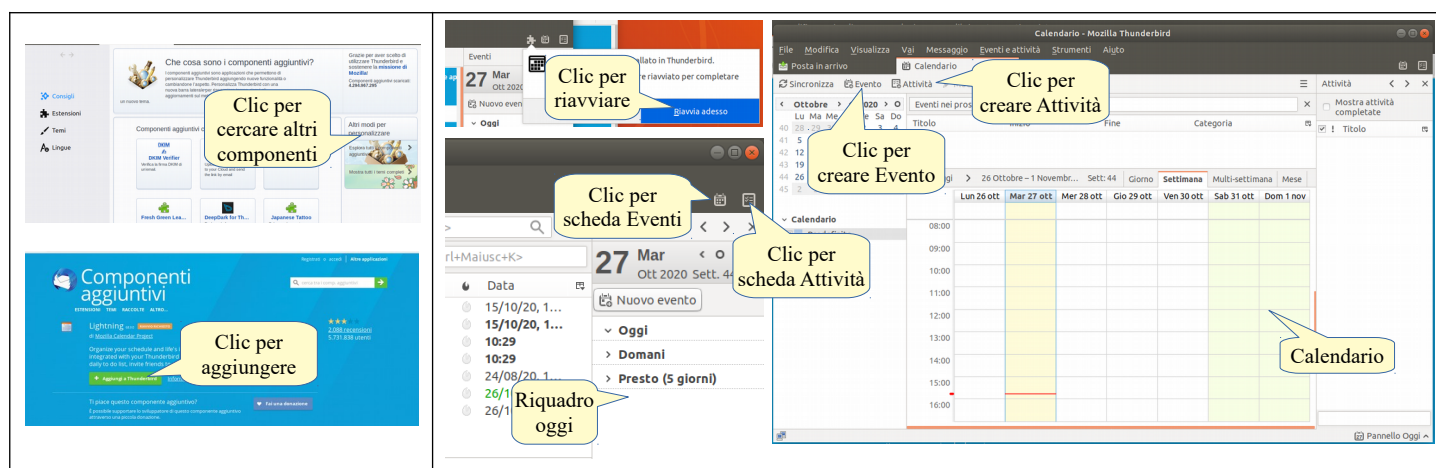
Per rimuovere la marcatura, si deve cliccare nuovamente sull'icona Indesiderata, cercando il messaggio nella relativa cartella dove sarà stato spostato automaticamente.

5.5 USO DEI CALENDARIO

5.5.1 Creare, eliminare, aggiornare una riunione in un calendario.

Un calendario elettronico permette di gestire eventi e attività in modo da avere sotto controllo i propri impegni. Il vantaggio di un programma installato in locale è che funziona anche in assenza di connessione a internet; di contro, il vantaggio di un'applicazione web è che, in mancanza del proprio computer, è disponibile su qualsiasi dispositivo in grado di accedere alla rete.

Mozilla Thunderbird non ha un calendario integrato nella versione predefinita (come per esempio Outlook) tuttavia, essendo un programma modulare, si può aggiungere un'estensione che si chiama Lightning accedendo alla finestra di gestione delle estensioni attraverso il menu Strumenti > Componenti aggiuntive, cercandolo e aggiungendolo a Thunderbird. Al riavvio verrà visualizzato il riquadro Oggi nella parte destra, una nuova voce nel menu (Eventi e attività) e sarà possibile cliccando sulle relative icone visualizzare a fianco di quella relativa alla gestione della posta le schede Calendario e Attività.



Per **Evento** si intende qualcosa che avviene indipendentemente dalla propria presenza (es. un compleanno), per **Attività** si intende qualcosa per cui è richiesta la presenza dell'utente (es. partecipare a una riunione).

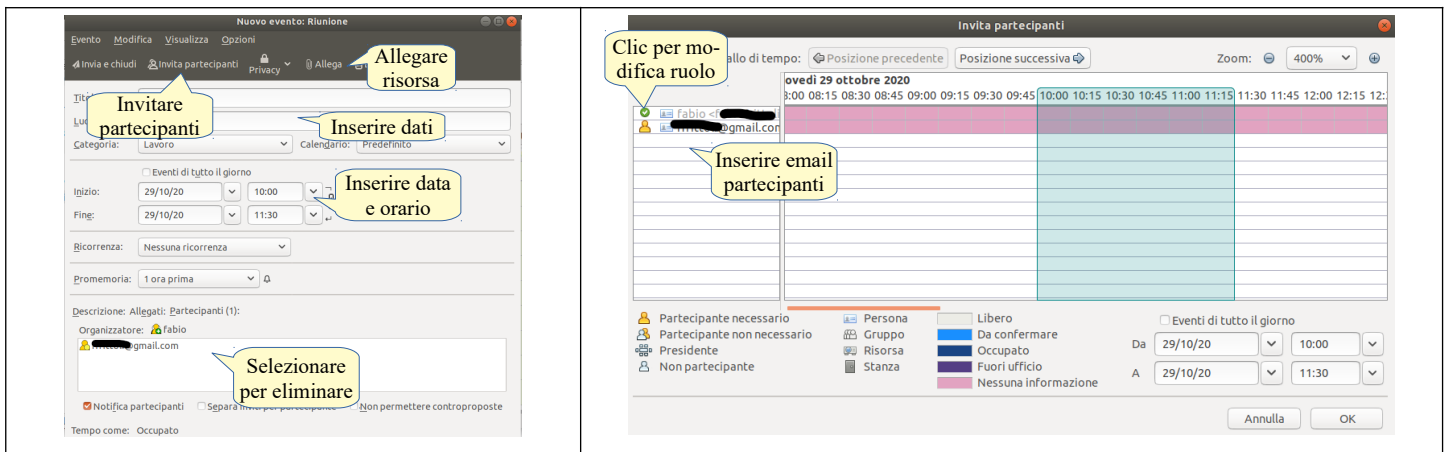
Per **creare un evento** o un'attività occorre cliccare sull'icona Evento nella barra degli strumenti della scheda calendario, scegliere Nuovo > Evento nel menu File o nel menu Eventi e attività, premere la combinazione di tasti Ctrl+I o fare doppio clic sulla data e orario in cui ci sarà l'evento. In tal modo si apre la finestra di dialogo in cui specificare:

- a) data e orario d'inizio e fine
- b) un titolo
- c) eventualmente un luogo
- d) uno o più promemoria.

A un evento è possibile invitare partecipanti, che verranno avvisati tramite email, mentre non è possibile farlo con le attività.

Per **eliminare un evento o attività**, occorre selezionarlo e poi cliccare sull'icona Elimina, scegliere Elimina dal menu contestuale o premere il tasto Canc.

Per **modificare un evento o attività**, dopo averlo selezionato, occorre premere il pulsante Modifica o aprirlo con un doppio clic.



5.5.2 Aggiungere invitati, risorse a una riunione in un calendario. Eliminare invitati, risorse da una riunione in un calendario.

Per **aggiungere invitati a un evento** occorre cliccare sulla relativa icona oppure scegliere Invita partecipanti dal menu Opzioni della finestra di dialogo Crea evento.

Ciò apre la finestra di dialogo Invita partecipanti nella quale si possono selezionare contatti della propria rubrica semplicemente scrivendone il nome o una sua parte, in modo che venga completato automaticamente. Se si vuole invitare qualcuno di cui si conosce l'indirizzo email ma che non è incluso nella rubrica, basta scriverne l'indirizzo nell'elenco della parte sinistra della finestra (vedi figura qui sopra). È possibile modificarne il ruolo cliccando sulla relativa icona finché viene evidenziato il ruolo desiderato (partecipante necessario, non necessario, presidente, non partecipante) e se si tratta di una persona, un gruppo, una risorsa o una stanza.

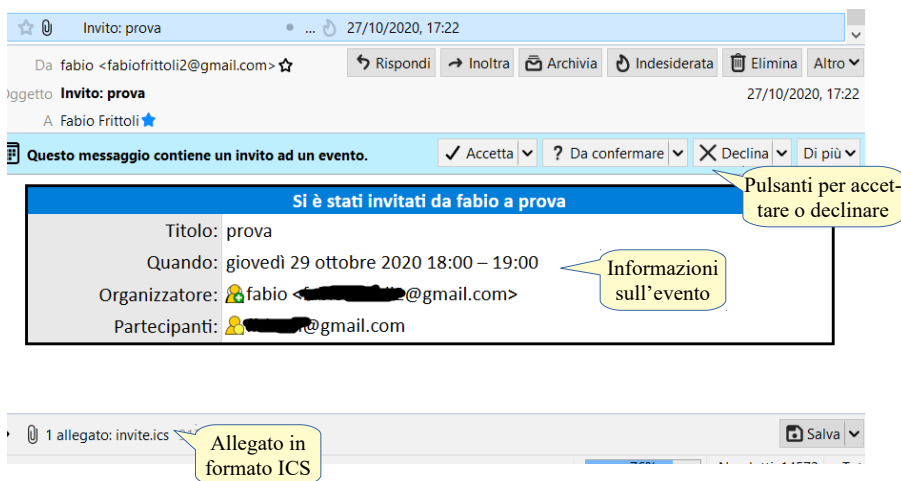
Per **eliminare invitati**, occorre selezionarli nell'elenco degli invitati e cancellarli col tasto Canc o scegliendo Rimuovi partecipanti dal menu contestuale cui si accede con un clic destro sulla casella degli invitati.

Per **aggiungere risorse** (indicare l'URL di una pagina web o di un file remoto e condiviso) occorre cliccare sull'icona Allega e digitare nella finestra di dialogo l'indirizzo della pagina web o il percorso del file.

Per **eliminare risorse** occorre selezionarle nell'elenco delle risorse e cancellarle col tasto Canc o scegliendo Rimuovi dal menu contestuale cui si accede con un clic destro sulla casella delle risorse.

5.5.3 Accettare, rifiutare un invito.

Quando si riceve una richiesta di partecipazione a un evento, Thunderbird riconosce il tipo di messaggio, che contiene in allegato un file ICS un file di calendario universale utilizzato da diversi programmi di posta elettronica e di calendario. Nella finestra del messaggio vengono visualizzati dei pulsanti, per accettare l'invito o per rifiutarlo.



novembre 2020

Quest'opera è stata rilasciata sotto la licenza Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Italy. Per leggere una copia della licenza visita il sito web <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.it> o spedisci una lettera a Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

L'autore, prof. Fabio Frittoli



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fabio Frittoli', written over a horizontal line.

NB=tutte le immagini utilizzate nella presente dispensa sono state realizzate in proprio o tratte da <http://wikimediafoundation.org>