

ONLINE ESSENTIALS

MODULO 2 – NUOVA ECDL

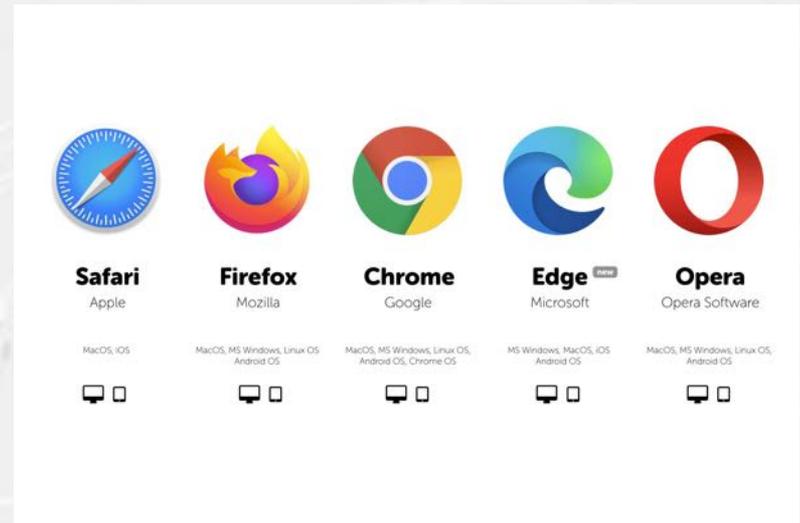
IL MODULO: ONLINE ESSENTIALS

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



SCOPI DEL MODULO: ONLINE ESSENTIALS

- In dettaglio le competenze previste sono:
 - 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 di informazioni sulla rete in modo efficace e valutare il contenuto del web in modo critico;



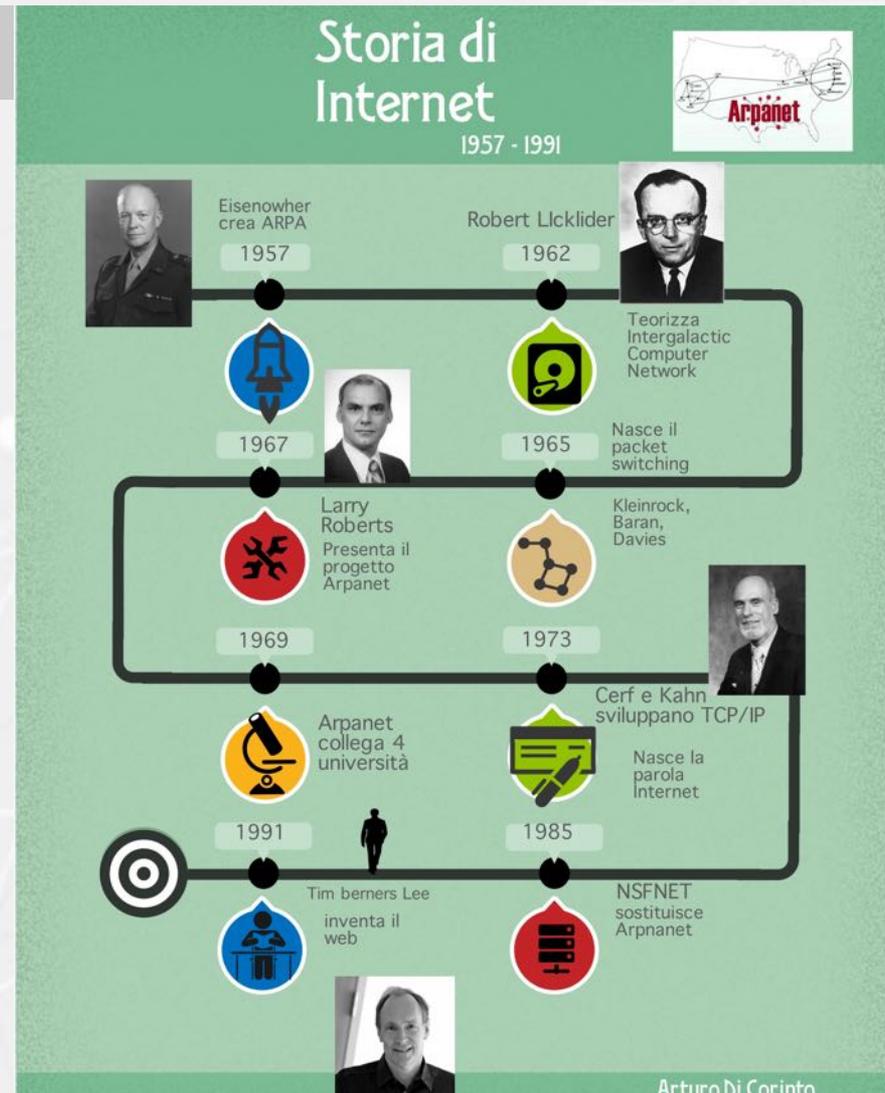
SCOPI DEL MODULO: ONLINE ESSENTIALS

- In dettaglio le competenze previste sono:
 - 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.



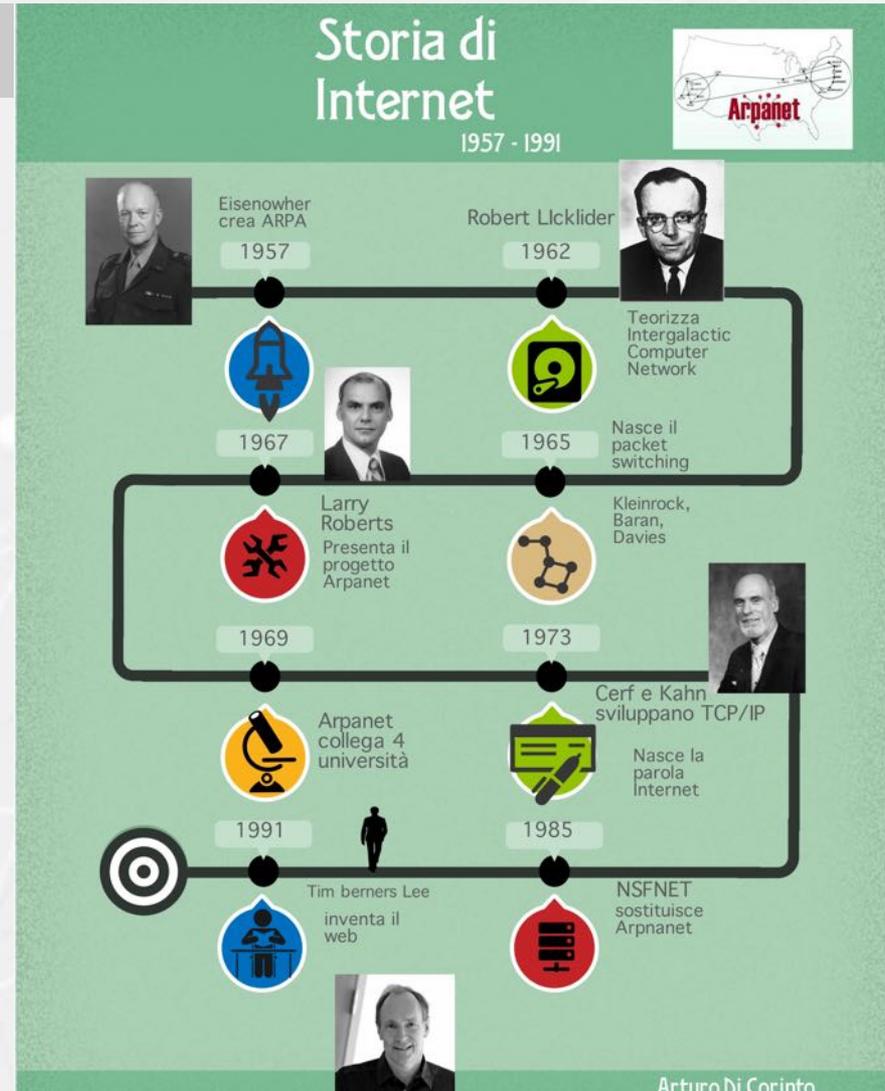
CENNI STORICI

- Nel 1967 venne finanziato un progetto per la creazione di una Rete di computer per la comunicazione basato sulla commutazione di pacchetti (packet switching) che vide la luce col nome di **Arpanet**.
- 1969: il primo messaggio: Login (arriverà a destinazione solo: Lo)
- 1971: la prima email
- 1973: sbarco in Europa e TCP/IP (protocollo che permette di far comunicare Arpanet con altre reti di computer sviluppatesi in Francia e Regno Unito)
- 1978: **Spam** - a tutti gli utenti allora esistenti arrivò l'invito alla presentazione di un nuovo processore



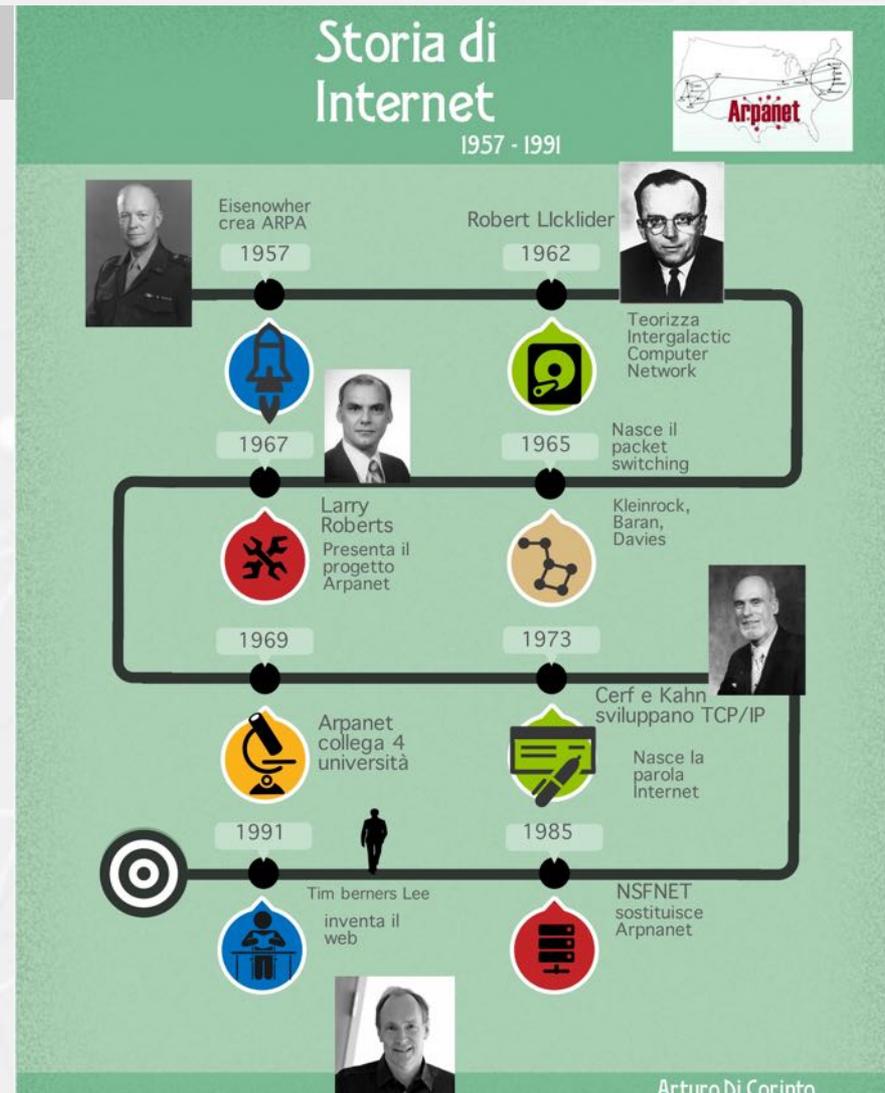
CENNI STORICI

- 1982 fece la comparsa il primo virus diffuso selvaggiamente, si chiamava Elk Cloner e si propagava attraverso i floppy disc.
- 1983: non più numeri ma nomi di dominio. Una importante modifica, quella che portò all'istituzione dei nomi di dominio (Dns) per identificare i nodi della Rete seguiti da desinenze diverse in base al tipo di organizzazione che li utilizza e alla nazionalità. Inizia l'era del .com .org .it.
- Nel 1986 anche l'Italia, il Centro Nazionale di Calcolo di Pisa, si connette a Internet; il primo dominio .it registrato è cnr.it
- 1987: HTTP e HTML il nuovo protocollo per la trasmissione dei pacchetti di dati, HTTP, e uno standard per la realizzazione dei documenti ipertestuali, testi che contengono link che rimandano ad altri testi.



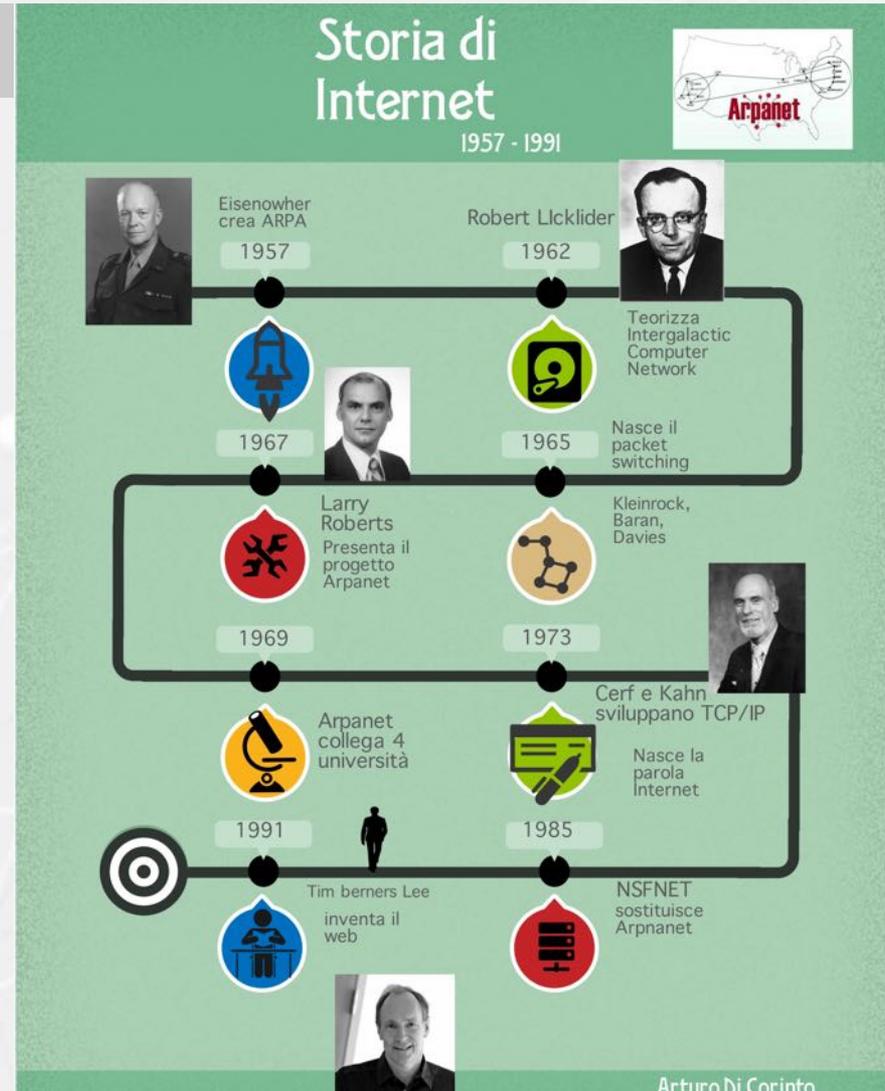
CENNI STORICI

- Nel 1988 viene sviluppato il primo programma di messaggistica istantanea, Internet Relay Chat.
- 1989: il web - Nei laboratori di ricerca del Cern di Ginevra Tim Berners-Lee presenta la bozza di un progetto per la condivisione di documenti. Il progetto è giudicato dal suo supervisore “vago ma interessante”. Berners-Lee ci lavora e nel 1991 presenta al pubblico la prima pagina web.
- 1995: eBay e l’ecommerce
- 1996: Nokia ha commercializzato il primo cellulare che si connette a Internet, proprio mentre iniziava a prendere forma la connessione senza fili a corto raggio, meglio nota come Wifi.



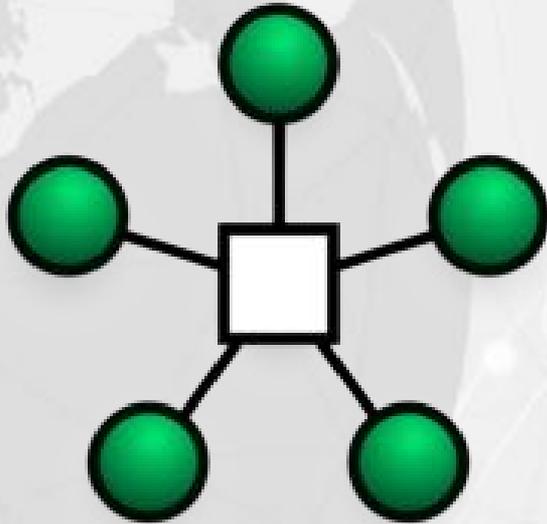
CENNI STORICI

- **1998: Google** - I pc connessi alla Rete e uno dei principali problemi è districarsi nella grande offerta e riuscire a individuare il sito desiderato. Due giovani studenti universitari, Larry Page e Sergey Brin, fondano nel 1998 Google.
- **Anni 2000: i blog e il web 2.0** - Forti dei nuovi mezzi a disposizione, gli utenti, che finora si erano limitati a navigare il web da spettatori passivi, iniziano a far sentire la propria voce. È l'era del blog, dei diari online, siti web personali molto semplice da utilizzare.
- 2004: Facebook e i social network
- 2006: Twitter,
- 2005: YouTube
- 2007: l'iPhone

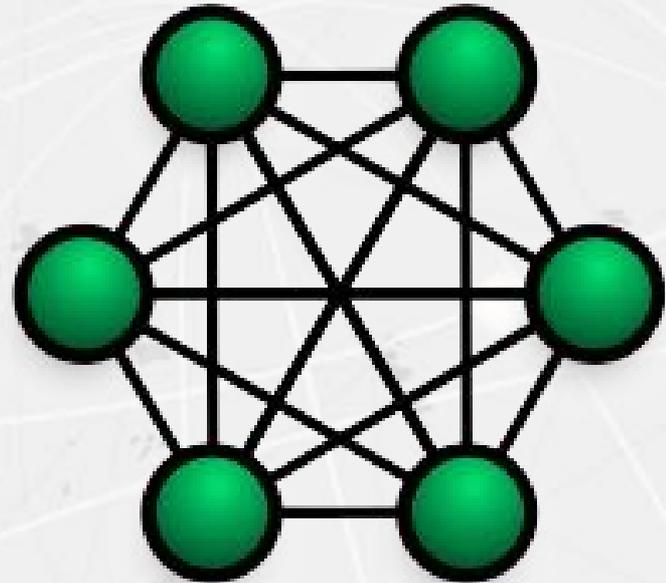


collegamenti

collegamento ad albero



collegamento a rete



The background of the slide is a light gray color with a complex pattern of white lines. On the left and right sides, there are faint, semi-transparent images of the Earth's globe. Overlaid on these globes and the background are various geometric shapes and lines: horizontal and vertical lines, some with arrows, and a network diagram on the right side consisting of blue circular nodes connected by thin lines. The overall aesthetic is technical and digital.

2.1. Concetti di navigazione in rete

Modulo 2 - Sezione 1

2.1.1.1. INTERNET, WWW, URL, IPERLINK

- **Internet** è la rete che permette alle informazioni di viaggiare.
- **WWW** è un servizio di internet, una rete di documenti consultabili nei computer sparsi per il mondo collegati attraverso internet.
- Per consultarli è necessario avere l'indirizzo IP (4 numeri tra 0 e 255 divisi da un punto 213.92.14.34) tradotti tramite **Domain Name System (DNS)** in testo (www.degiorgi.it)
- Gli indirizzi sono detti **URL (Uniform Resource Locator)** Dal sito ci si può muovere (navigare) al suo interno con i collegamenti ipertestuali (**link**), Graficamente evidenziate sottolineato blu e cursore manina]



2.1.1.2. STRUTTURA DEGLI INDIRIZZI DEI SITI WEB

- La comunicazione tra i computer connessi a internet devono seguire regole comuni: **Protocolli**
- Quello utilizzato per gli ipertesti è **Http** (*Hypertext trasfert Protocol*).
- In certi casi **Https**, si tratta di un protocollo di crittografia per trasferimento di dati riservati. E' associato anche da un lucchetto per indicare il sito sicuro.



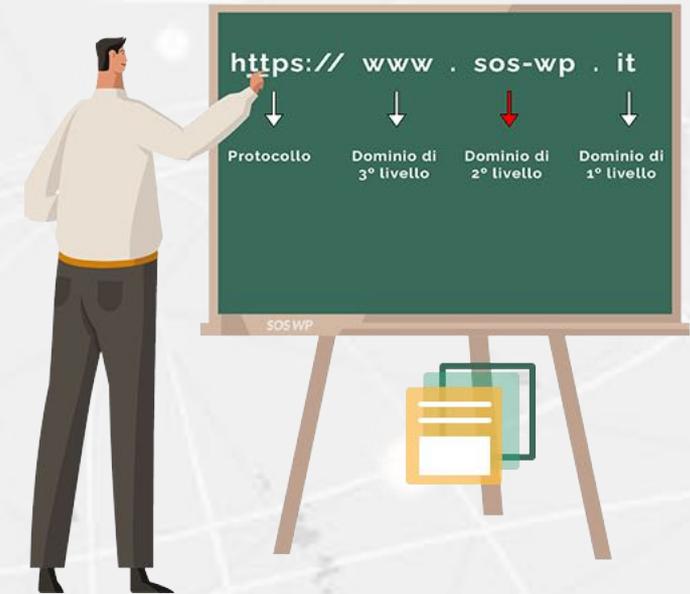
2.1.1.2. STRUTTURA DEGLI INDIRIZZI DEI SITI WEB

- Dopo il protocollo separato dai simboli

- ://

c'è l'indirizzo Web:

- www.nomesito.it/icdl/calendario.html
 - `www.` = la risorsa si trova sul World Wide Web
 - `nomesito.it` è il dominio
 - `icdl` = la cartella che ospita la pagina
 - `calendario.html` = la pagina con l'estensione



2.1.1.2. L'INDIRIZZO DI UN SITO WEB. I TIPI DI DOMINI

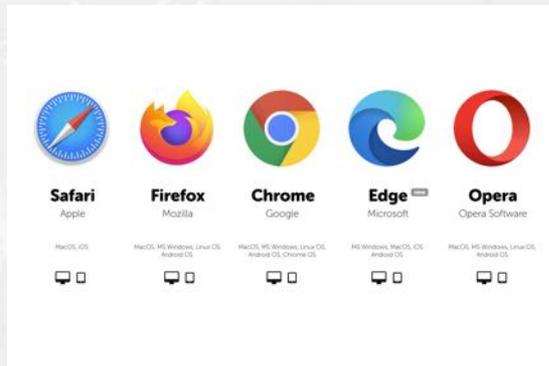
- I domini possono essere diversi, diversi per tipologia e localizzazione
 - org (organizzazione non governative)
 - edu (enti educativi, università e ricerca)
 - com (commerciale)
 - gov (enti governativi)
 - info (enti di informazione)
 - tv (aziende televisive)
 - mil (enti militari)
 - it (italia)
 - fr (francia)
 - uk (gran bretagna)
 - va (vaticano)
 - es (spagna)
 - de (germania)

istruzione. ____



2.1.1.3. I BROWSER

- Per poter navigare all'interno delle pagine web serve un programma che permetta di sfogliare, che faccia da tramite tra l'utente e le pagine.
- Questo è il **Browser**, che visualizza le pagine dopo avere codificato, tradotto il linguaggio *.html*.



```
<!doctype html>
<html dir="ltr" lang="it">
<head>
<meta charset="utf-8">
<title>Nuova scheda</title>
<style>
body {
background: #B7E1E4;
margin: 0;
}
#backgroundImage {
border: none;
height: 100%;
pointer-events: none;
position: fixed;
top: 0;
visibility: hidden;
width: 100%;
}
[show-background-image] #backgroundImage {
visibility: visible;
}
</style>
</head>
<body>
<iframe id="backgroundImage" src=""></iframe>
<script type="module" src="new_tab_page.js"></script>
<link rel="stylesheet" href="chrome://resources/css/text_defaults_md.css">
<link rel="stylesheet" href="shared_vars.css">
</body>
</html>
```

2.1.1.4.A. ATTIVITÀ SU INTERNET

- Tra le attività che si possono compiere su internet c'è:
 - **Ricerca di informazioni** con motori di ricerca (siti con una casella di ricerca che permettono di ottenere elenchi di siti dove compare la parola chiave ricercata)
 - **Acquisti:** con il commercio elettronico (e-commerce) si può procedere alla compravendita di prodotti e servizi
 - **Formazione:** e-Learning e la possibilità di compiere attività formativa sincrona o asincrona



2.1.1.4.B. ATTIVITÀ SU INTERNET

- Altre attività che si possono compiere su internet c'è:
 - **Pubblicazioni:** tutti oggi hanno la possibilità di pubblicare contenuti di diverso tipo come blog (diari personali contenenti contenuti diversi: testi, foto, video,...)
 - **E-banking,** sito che permette di interagire con il proprio istituto credito ed eseguire tutte le operazioni necessarie.



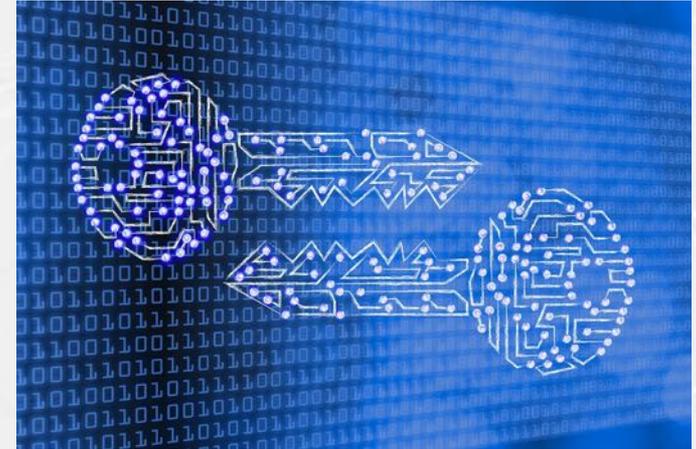
2.1.2.1.1. PROTEGGERSI ONLINE.

- L'uso massivo di internet comporta la necessità fare molta attenzione alla serietà dei siti visitati, evitando di condividere informazioni personali non necessarie.
- Altra precauzione è quella di scollegarsi correttamente (**log out**)



2.1.2.2. LA CRITTOGRAFIA

- La Cifratura o crittografia rende inutilizzabili i dati contenuti all'interno del file qualora la password sia stata acquisita in modo ingannevole.
- Ne garantisce la riservatezza con 2 elementi:
 - l'algoritmo crittografico (pubblico)
 - è un procedimento matematico con cui i dati diventano incomprensibili ed è conosciuta da tutti
 - una chiave segreta
 - è usata per cifrare e decifrare il documento secondo il procedimento stabilito dall'algoritmo
- Il grado di sicurezza di una cifratura dipende dalla bontà dell'algoritmo e della segretezza e lunghezza della chiave in bit
- Il Limite è dato dal fatto che potrebbe non essere disponibile la **Chiave** quando serve.



2.1.2.3. SITO WEB SICURO: HTTPS

- Per la navigazione sicura quando si devono effettuare operazioni sicure dove si inseriscono dati sensibili quando si fa l'e-banking, e-commerce,...
- Questi siti predispongono pagine sicure, cioè crittografate. Tali pagine, nella barra degli indirizzi, il nome del sito è preceduto da **https** (*hyper text transfer protocol secure*), dove la "s" sta per "secure" e da un **lucchetto chiuso**, che garantisce la trasmissione criptata o assoggettata ad autenticazione. Si attiva una connessione SSL (secure socket layer) all'interno di un certificato digitale.



2.1.2.4. CERTIFICATO DIGITALE

- La sicurezza dei dati trasmessi sul web è resa più solida con un certificato digitale, una sequenza di bit rilasciata da un ente terzo che definisce una identità al sito. L'Ente terzo è un'**Autorità di Certificazione (CA)** che rilascia questo documento elettronico che associa un soggetto ad una chiave pubblica. Il certificatore verifica l'associazione tra una chiave pubblica e l'utente e la sua chiave privata.
- Per vedere il certificato cliccare sull'icona del lucchetto nella barra degli indirizzi e contiene:
 - il soggetto che emette il certificato
 - a chi appartiene il certificato (sito)
 - la data di scadenza (1- 2 anni)



2.1.2.5.1. CONTROLLO DELL'USO DI INTERNET

- I compiti dell'Amministratore di rete sono quelli di gestione, amministrazione e controllo:
 - assegna gli account di accesso agli utenti o ai dispositivi.
 - gestisce le credenziali di autenticazione agli utenti.
 - attribuisce i "privilegi", cioè le operazioni che un utente può compiere.
 - può precludere l'accesso alle risorse o periferiche, o che gli intenti scarichino file dalla rete.
 - controlla la sicurezza del sistema e ne aggiorna le misure di sicurezza.



2.1.2.5.2. CONTROLLO DELL'USO DI INTERNET

- Altri compiti dell'amministratore di rete:
 - assegna gli account di accesso agli utenti o ai dispositivi.
 - gestisce le credenziali di autenticazione agli utenti.
 - verifica degli aggiornamenti deve essere periodica per assicurarsi che siano state rilasciati. aggiornamenti/novità
 - gestisce gli attacchi da malware sulla rete che amministra.
 - tiene sotto controllo il traffico di rete per vedere anomalie, stranezze che prefigurano attacchi da malware, accessi abusivi o uso non consentito della rete e della strumentazione.



2.1.2.5.3.A. CONTROLLO DELL'USO DI INTERNET – PARENTAL CONTROL

- Di fronte ai pericoli che possono incontrare i bambini all'interno dei vari sistemi operativi c'è la possibilità di impostare delle restrizioni per controllare l'uso del computer.
- In <Windows 10:
 - > pannello di controllo e Account > Famiglia e altre persone
 - quindi scegliere l'utente in cui inserire le restrizioni e quindi
 - > Gestisci le impostazioni della famiglia online
- Nel browser è attiva la scheda
 - > Family safety
- - vai sul link> Esplorazione del web, tempo davanti allo schermo e altre opzioni
 - impostare le restrizioni per il nuovo account> Attiva



2.1.2.5.3.B. CONTROLLO DELL'USO DI INTERNET – PARENTAL CONTROL

- Le funzionalità del **Parental Control**
 - limitazioni per l'accesso al web:
filtrare i contenuti per adulti (**Bing**) lo si può fare anche manualmente
- Definire gli orari di utilizzo del computer con la possibilità di impostare orari e giorni
- limitare i videogiochi, con la possibilità di indicare i giochi qui adatti per i figli
- limitare l'uso di arte programmi specifici per i bambini, impedendo l'accesso ad altri.



The background features two stylized globes, one on the left and one on the right, rendered in shades of blue and grey. Overlaid on these are various geometric patterns: a network of blue nodes connected by thin lines on the right side, and several grey circuit-like lines with arrows pointing in different directions across the top and middle sections.

2.2. Navigazione sul Web

Modulo 2 - Sezione 2

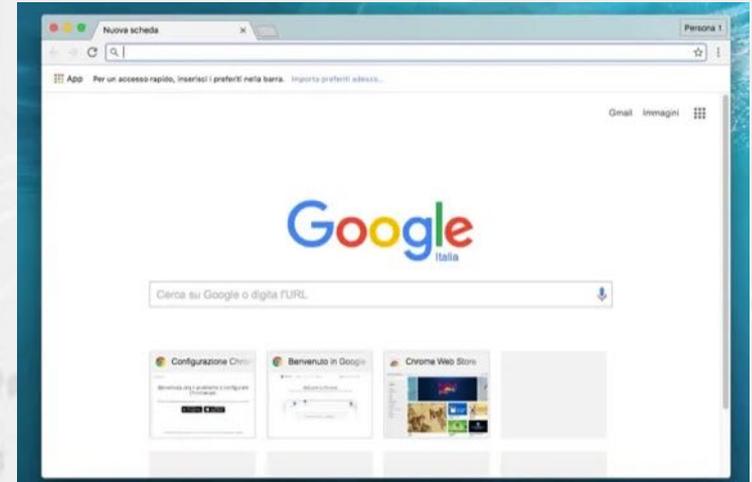
2.2.1.1. APRIRE E CHIUDERE UN BROWSER

- Grazie al **Browser** è possibile navigare tra le pagine web
- per aprire un browser (**Edge** o **Chrome**):
 - a) Se l'icona è presente nella barra delle applicazioni basta un click
 - b) se l'icona è presente sul desktop cliccare a volte velocemente
 - c) dal pulsante > **Start** a selezionare l'icona del browser.



2.2.1.1. ELEMENTI PER UN BROWSER

- La pagina del browser Elementi comuni
 - schede-scheda attiva
 - - nuova scheda
 - - barra dell'indirizzo
 - - barra degli strumenti
 - - Indietro / Avanti-Ricaricare la pagina 1
 - - Barra dei preferiti home
 - - casella di ricerca
 - - Impostazioni dell'account
 - - Barre di scorrimento laterale



2.2.1.2. INSERIRE UN URL E RAGGIUNGERLO

- Per visualizzare una pagina web è necessario inserire l'URL. Il browser agevola proponendo i risultati più vicini e comunque più utilizzate.
- Da tempo non è più necessario far precedere l'URL da www. perché viene considerato a prescindere.

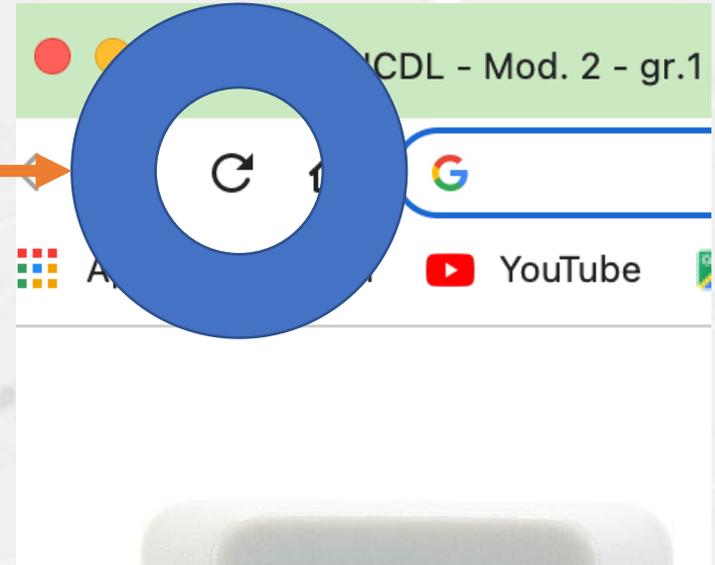
ANATOMIA DI UNA URL

1 2 3 4 5 6 7
<http://negozio.esempio.it/sottocartella/nome-descrittivo-prodotto#prezzo>

- | | | | |
|---|------------------------|---|---------------|
| 1 | PROTOCOLLO | 5 | SOTTOCARTELLE |
| 2 | SOTTODOMINIO | 6 | PAGINA |
| 3 | DOMINIO | 7 | HASHTAG |
| 4 | TLD (TOP LEVEL DOMAIN) | | |

2.2.1.3. AGGIORNARE UNA PAGINA WEB, INTERROMPERE IL CARICAMENTO

- Per aggiornare una pagina web basta cliccare sull'icona 
- oppure digitare il tasto **F5**, o anche cliccando sul tasto destro del mouse aggiorna, infine con la combinazione dei tasti **Ctrl + R**.
- L'aggiornamento della pagina è utile per vedere se sono state pubblicate novità (giornali online), per aggiornare i file temporanei
- Qualora si volesse interrompere il caricamento della pagina cliccare sull'icona **X**, o sul comando **INTERROMPI** (che compare al posto di **AGGIORNA**, o anche **ESC**).



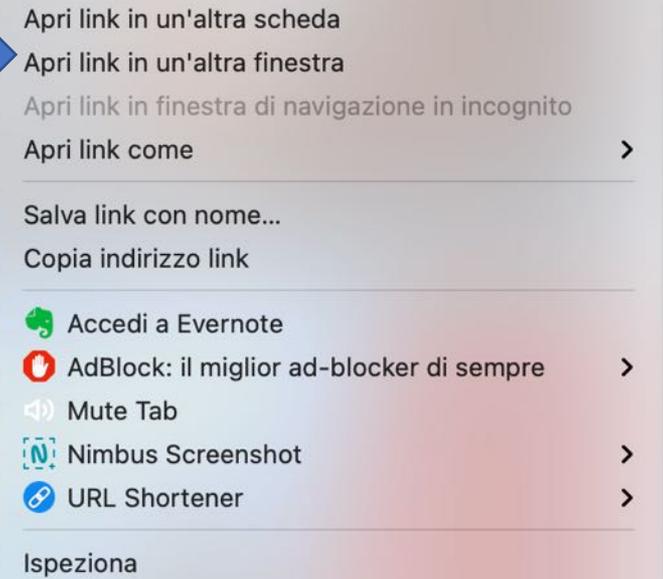
2.2.1.4. ATTIVARE UN COLLEGAMENTO IPERTESTUALE

- Inserito il link ad una pagina nella pagina degli indirizzi si batte **INVIO** sulla tastiera.
- Una volta all'interno della pagina si può iniziare il proprio percorso tra i link presenti all'interno della pagina.
- Per riconoscere il link ci può essere una evidenziazione grafica (blu sottolineato) e il cursore del mouse diventa una manina.



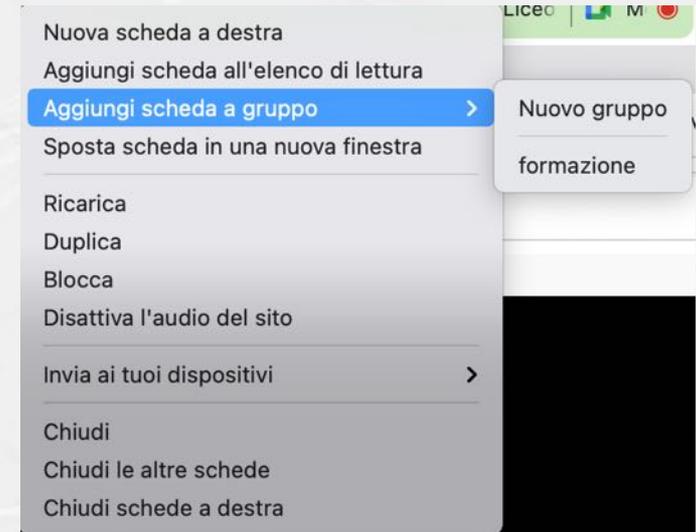
2.2.1.5. APRIRE UNA PAGINA WEB IN 1 SCHEDA O 1 FINESTRA

- **Google** come altri browser permette di lavorare con più schede in modo da aprire diverse pagine web contemporaneamente.
- Passare da una scheda all'altra attraverso il mouse. Si può aprire un pagina web su una **nuova scheda** o in una **nuova finestra** e lo si può fare cliccando con **il tasto dx del mouse**
- Si può passare da una finestra all'altra con la combinazione dei tasti **ALT + TAB**
- Si apre in una nuova finestra cliccando sul **link + Shift**



2.2.1.6. GESTIRE SCHEDE E FINESTRE

- E' possibile muoversi tra e schede cliccando sulle schede.
- Per chiuderle basta cliccare sulla **X** relativa alla stessa.
- Le schede si possono accorpate all'interno di un gruppo in modo da avere tutte le schede relative ad un'attività nello stesso luogo.
- Per chiudere una finestra

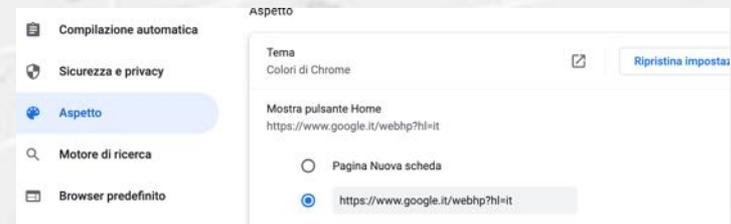
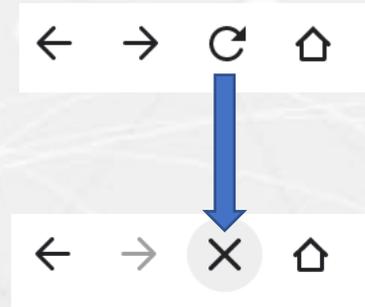


2.2.1.7. NAVIGARE TRA LE PAGINE WEB

• Nella barra degli indirizzi sono presenti alcune icone:

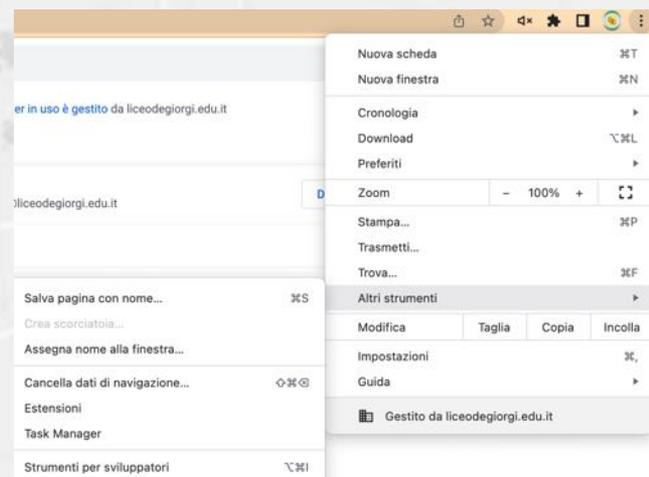
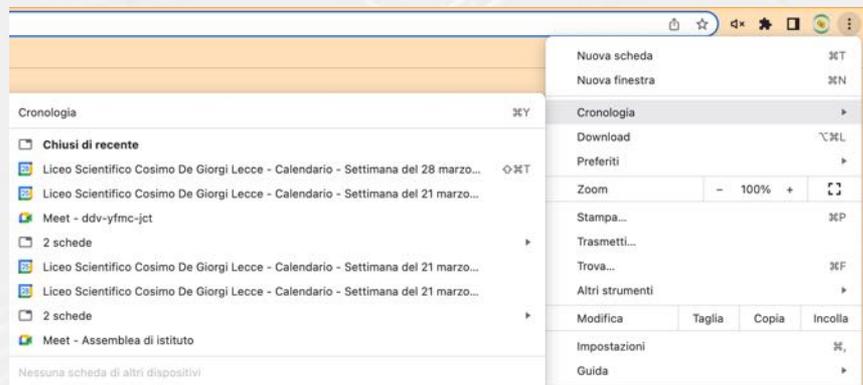
- **Indietro e Avanti, Ricarica o Stop e Home.**

- la freccia **Indietro** per tornare alla pagina web consultata in precedenza. Dalla tastiera **ALT + freccia a Sx.**
- freccia **Avanti** per ritornare alla pagina web che avevate visitato immediatamente dopo quella presente. Dalla tastiera **ALT + freccia a Dx.**
- Per **ricaricare** la pagina per eventuali aggiornamenti presenti usare l'icona con la freccia tonda (tastiera F5). La freccia nella fase di ricarica diventa una **X**. Per bloccare la ricarica della pagina cliccare sulla **X**.
- **Home** (casetta) riporta alla pagina iniziale del browser. Questa pagina si può personalizzare dalle **Impostazioni** di Chrome > **Aspetto** > **Mostra pulsante Home** > pagina desiderata



2.2.1.8. USARE LA CRONOLOGIA

- I browser mantengono in memoria gli indirizzi delle pagine web visitate e permettono di consultare questa cronologia.
- Con **Chrome**, dalle Impostazioni (i 3 puntini) e quindi su **Cronologia**, per far apparire i collegamenti alle pagine visualizzate in precedenza.
- Per cancellare la cronologia:
 - **Impostazioni > Altri Strumenti > Cancella dati di navigazione**



2.2.1.9. AGIRE SU UN MODULO ONLINE

- All'interno di alcuni siti ci potrebbe essere la necessità di inserire dei dati all'interno di un modulo (form).
- I dati richiesti (*) con l'asterisco sono obbligatori saranno memorizzati all'interno di un database (archivio).
- All'interno ci possono essere:
 - **caselle di testo**
 - **elenchi a discesa**
 - Caselle di controllo per scelta multipla (Quadrato) con la possibilità di indicare più opzioni.
 - **Pulsanti di opzione** (cerchietto) scelta esclusiva. dopo la compilazione l'invio conferma i dati acquisiti.
 - **Invio** o il **Reset** o **Annulla** cancella quanto inserito svuotando il modulo.

AUTODICHIARAZIONE AI SENSI DEGLI ARTT. 46 E 47 D.P.R. N. 445/2000

Il/La sottoscritto/a _____, nato/a il ____/____/____
a _____ (____), residente in _____
(____), via _____ e domiciliato/a in _____
(____), via _____, identificato/a a mezzo _____
nr. _____, rilasciato da _____
in data ____/____/____, utenza telefonica _____, consapevole delle conseguenze penali
previste in caso di dichiarazioni mendaci a pubblico ufficiale (art. 495 c.p.)

DICHIARA SOTTO LA PROPRIA RESPONSABILITÀ

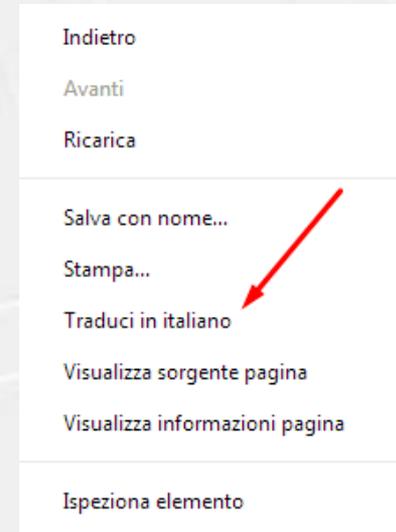
➤ di essere a conoscenza delle misure normative di contenimento del contagio da COVID-19 vigenti alla data odierna, concernenti le limitazioni alla possibilità di spostamento delle persone fisiche all'interno del territorio nazionale;

➤ di essere a conoscenza delle altre misure e limitazioni previste da ordinanze o altri provvedimenti amministrativi adottati dal Presidente della Regione o dal Sindaco ai sensi delle vigenti normative;

➤ di essere a conoscenza delle sanzioni previste dall'art. 4 del decreto-legge 25 marzo 2020, n. 19, e dall'art. 2 del decreto-legge 16 maggio 2020, n. 33;

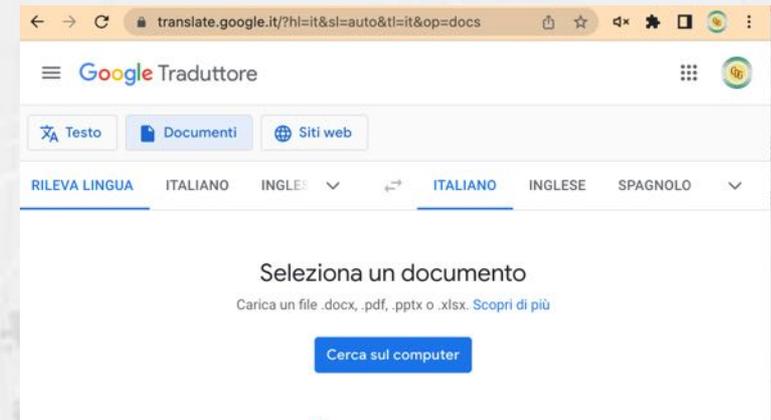
2.2.1.10.A. USARE UNO STRUMENTO WEB PER TRADURRE UN TESTO

- Non tutti conoscono la lingua inglese e allora tra i servizi più usati nel web c'è anche quello che dà la possibilità di tradurre i siti o dei testi selezionati dall'utente.
- Se la lingua impostata nelle preferenze delle impostazioni è diversa da quella presente sul sito ricercato con Google viene proposto traduci questa pagina accanto al link del sito. Cliccando sul link si può scegliere la lingua per la traduzione.
- Permette la traduzione del menu contestuale cliccando sul tasto dx del mouse > **traduci in italiano**.



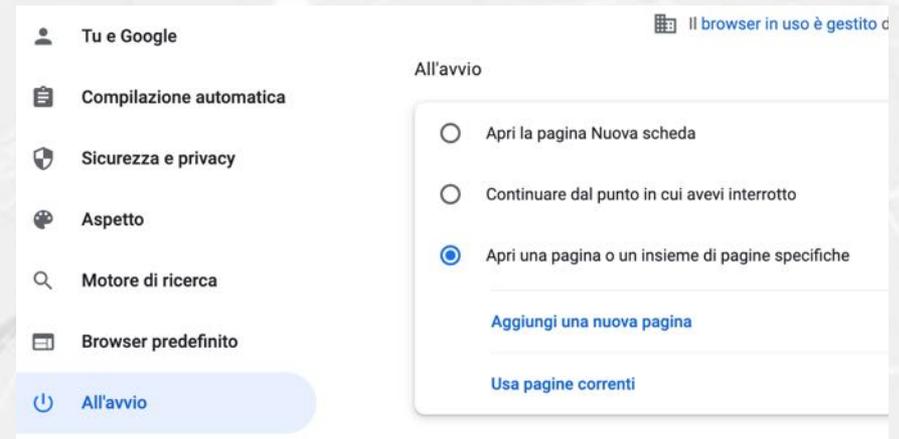
2.2.1.10.B. USARE UNO STRUMENTO WEB PER TRADURRE UN TESTO

- Per i testi scelti dall'utente si può usare l'app di **Google Translate** (<http://translate/Google.it>).
- In questo caso basta fare il copia incolla del brano da tradurre nella casella di testo e poi traduci.
- **Google Translate** permette di riconoscere la lingua ignota con rileva lingua nella scheda documento.
- Nella stessa scheda è possibile inserire un documento del pacchetto Office per la traduzione > **traduci un documento** e poi > **sfoglia** per selezionare dal computer il documento da tradurre.



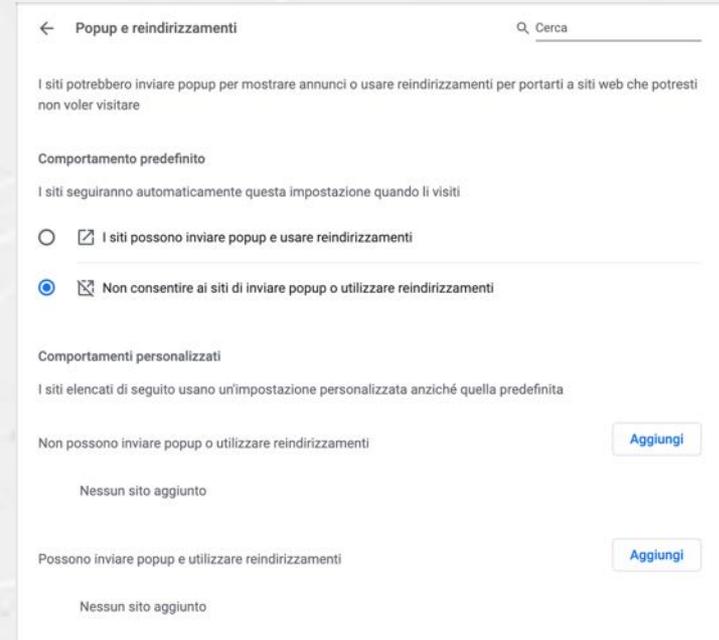
2.2.2.1. IMPOSTARE UNA PAGINA INIZIALE IN UN BROWSER

- All'avvio del browser compare una pagina iniziale, in genere quella del produttore (ad es. Google o Microsoft).
- Qualora si ritenesse utile vedere una o più pagine personali:
 - **Chrome** > Impostazioni > All'avvio > Apri una pagina o un insieme di pagine specifiche > Aggiungi una nuova pagina > digitare l'indirizzo web > Aggiungi.
 - Microsoft **Edge**, seleziona **Impostazioni** e altro > Impostazioni > Aspetto > Abilita Mostra pulsante **Home**. Puoi scegliere **Nuova scheda** o selezionare Immetti URL per una **pagina** che desideri utilizzare come **pagina iniziale**.



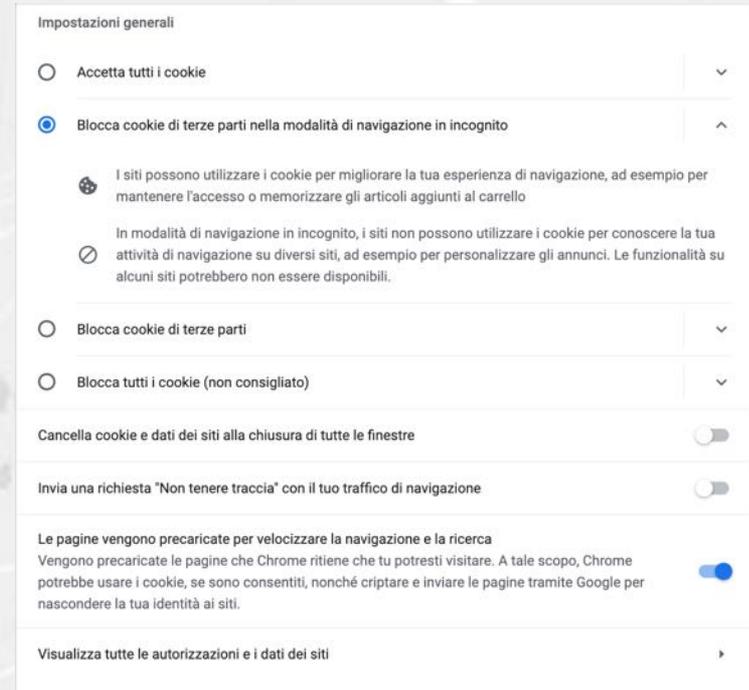
2.2.2.2. CONSENTIRE O BLOCCARE I POPUP

- I popup sono delle finestre che si sovrappongono alla pagina web visualizzata. Spesso ci sono pubblicità. Qualche volta riportano informazioni utili per poter correttamente navigare nel sito
- E' bene, perciò, saper consentire o bloccare i popup.
 - Chrome: > Impostazioni > Avanzate > Privacy e sicurezza > selezionare Impostazioni sito > scegliere l'opzione preferita nella sezione Popup e reindirizzamenti.



2.2.2.3. CONSENTIRE O BLOCCARE I COOKIE

- I cookie (biscotti) sono piccoli file contenente dei dati, sono creati dal sito Internet cui ci si collega e registrato sul disco fisso del computer dell'utente.
- I cookie hanno diverse funzioni: sono utilizzati dai siti per controllare quante volte uno accede a quel sito, oppure per memorizzare dati che accelerano la navigazione allo stesso sito. Alcuni contengono informazioni legate all'utente specifico, quali determinate password (per non reinserirle ogni volta che ci si ricollega a un sito) o le preferenze dell'utente riguardo alla configurazione dei servizi offerti dal sito.
- **Chrome:** > Impostazioni > Avanzate > Privacy e sicurezza > Impostazioni sito > Cookie e dati dei siti > attivare o disattivare l'opzione Consenti ai siti di salvare e leggere i dati dei cookie



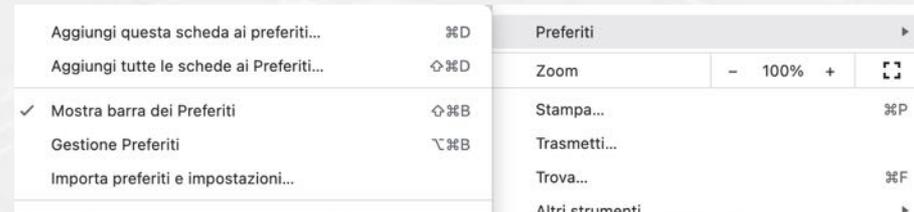
2.2.2.4. USARE LE FUNZIONI DI GUIDA IN LINEA

- Nella maggior parte dei browser, premendo il tasto **F1** si accede a una **guida in linea** nella quale è possibile quando si è collegati a Internet – cercare informazioni sul funzionamento del browser, in genere digitando uno o più termini in un apposito riquadro oppure scegliendo man mano tra gli argomenti che sono elencati.



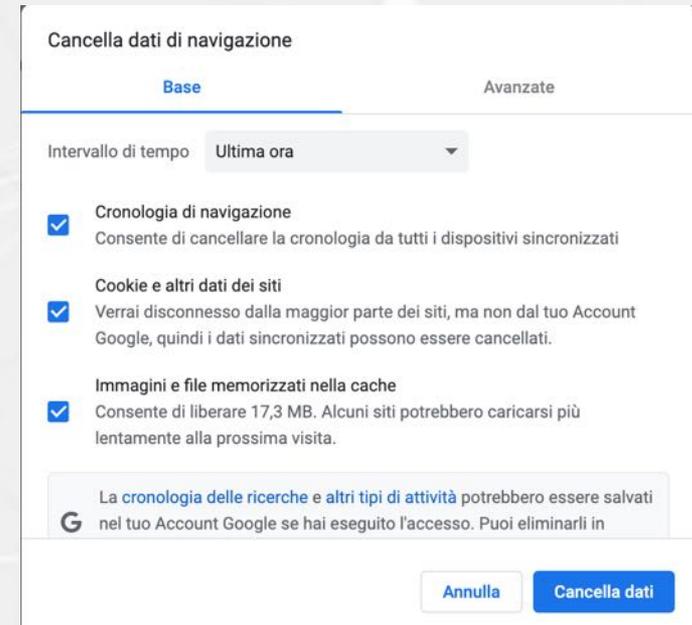
2.2.2.5. LE BARRE DEGLI STRUMENTI E LA BARRA MULTIFUNZIONE

- **Chrome** non presenta alcuna barra degli strumenti.
- Dai 3 puntini a dx si accede alle diverse opzioni del programma. A quel punto è, ad esempio, possibile scegliere se visualizzare la **barra dei preferiti** con collegamenti rapidi ad alcune pagine web.
- Anche **Edge** sembra abbia tolto la barra del menu e per vederla bisogna installare un'apposita estensione.



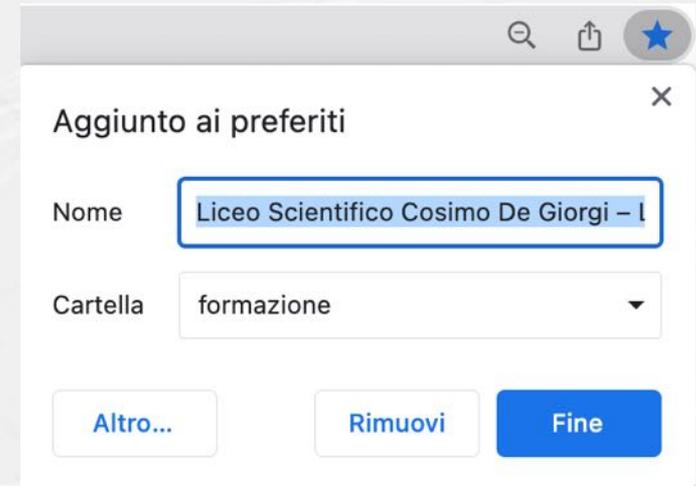
2.2.2.6. ELIMINARE LA CRONOLOGIA, I FILE TMP, E I DATI DELLA COMPILAZIONE AUTOMATICA

- I browser conservano la cronologia e i cookie (punto 2.2.3), altri file temporanei che servono ad esempio in caso di blocco del computer o dell'applicazione, ecc.
- Per cancellare queste informazioni e liberare spazio sul disco fisso o per evitare che altre persone possano visualizzarle.
 - **Chrome:** Personalizza e controlla Google Chrome > Cronologia > Cronologia > Cancella dati di navigazione > nell'omonima finestra scegliere gli elementi da cancellare o conservare



2.2.3.1. CREARE, ELIMINARE UN SEGNALIBRO

- Nei Browser c'è il pulsante Preferiti (Segnalibri), rappresentato da una stella.
- Una pagina interessante, che sicuramente potrebbe essere utile in futuro può essere memorizzata cliccando sulla stella presente nella barra degli indirizzi.
- Nella finestra che si apre può digitare un nuovo nome per memorizzare la pagina > Fine.



2.2.4.1. SCARICARE FILE DAL WEB E SALVARLI IN UNA UNITÀ

- A volte, i link presenti in una pagina rimandano a file: programmi, documenti Word o Excel, brani musicali, immagini, filmati, ecc. Quando è già previsto lo scaricamento del file, basta cliccare sul nome del file per avviarne il download
- Altre volte, per scaricare il file sul nostro disco fisso, occorre cliccare col pulsante destro sul link e scegliere l'opzione Salva il file.
- Si può scegliere in quale cartella salvare il file e se accettiamo il nome proposto o se preferiamo digitarne un altro.

2.2.4.2.A COPIARE TESTI, IMMAGINI, ...

- è possibile copiarne i testi o le immagini per inserirli in un altro documento:
 - selezionare con il mouse (tenendo premuto il pulsante sinistro del mouse) la parte di testo che si vuole copiare;
 - lasciare il pulsante sinistro e cliccare su quello destro (se si tratta di un'immagine è inutile selezionarla, basta cliccarvi sopra con il tasto destro);
 - dal menu a tendina che compare scegliere Copia; I spostarsi nel documento nel quale si vuole copiare il testo e/o l'immagine;
 - scegliere con il puntatore e con un clic del pulsante sinistro il punto preciso nel quale si intende copiare; I cliccare con il pulsante destro del mouse;
 - dal menu a tendina che compare scegliere Incolla.
- Le funzioni **Copia** e **Incolla** sono attivabili anche premendo contemporaneamente i tasti **Ctrl e C** per **Copia** e **Ctrl e V** per **Incolla**.

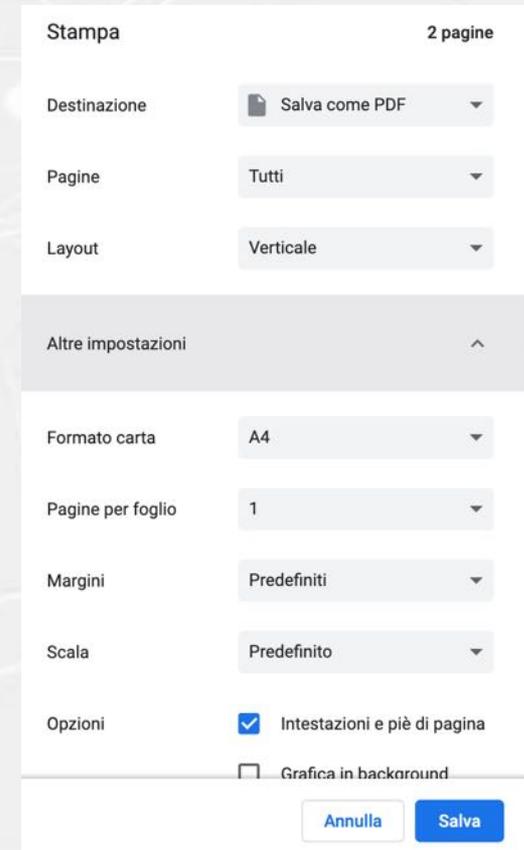
2.2.4.2.B COPIARE ... URL DA UNA PAGINA WEB ALTROVE.

- Per copiare in un documento o in un messaggio e-mail un URL al quale rimanda un collegamento presente in una pagina Internet.
 - posizionare il puntatore del mouse sul link, > pulsante destro > Copia collegamento.
 - Basta poi spostarsi nel documento > pulsante destro > Incolla; oppure si possono premere contemporaneamente i tasti **Ctrl e V**.
- **NB. Durante gli esami ICDL non è possibile usare combinazioni di tasti.**

2.2.4.3. ANTEPRIMA DI STAMPA E STAMPA



- È possibile stampare una pagina web e per farlo con **Chrome** cliccare sui tre puntini in alto a dx > **Stampa**; con **Explorer** prima su **File** e poi su **Stampa**.
- Si aprirà la finestra delle **opzioni di stampa** e sarà visualizzata l'anteprima del foglio.
- Dalla finestra si può scegliere la destinazione, il numero copie, quali pagine stampare, ecc..



The background of the slide is a light gray color with a complex digital theme. It features two semi-transparent globes, one on the left and one on the right, showing continents in a muted blue and brown. Overlaid on these are various geometric patterns: a network of blue nodes connected by thin lines, and several gray circuit-like lines with right-angle turns and arrows, suggesting data flow or connectivity.

2.3. Informazioni raccolte sul Web

Modulo 2 - Sezione 3

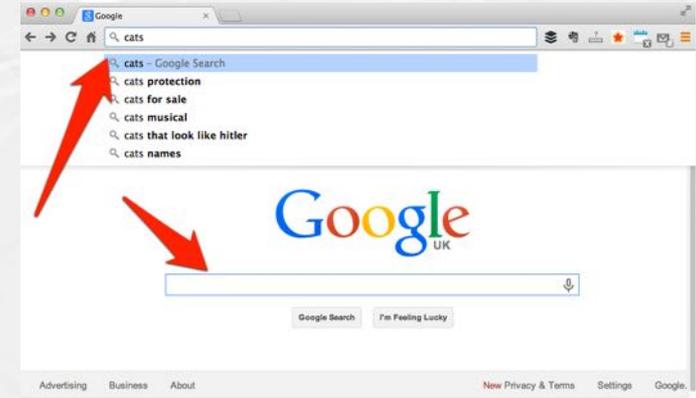
2.3.1.1. I MOTORI DI RICERCA PIÙ COMUNI

- Essendoci migliaia di pagine web per poter cercare quello che serve esistono Per questo motivo, esistono sistemi automatici, detti **motori di ricerca**, che permettono di trovare con una certa facilità le informazioni che cerchiamo.
- Essi utilizzano **archivi** nei quali sono recensiti miliardi di indirizzi di pagine web, che si possono consultare attraverso una **chiave di ricerca** che può essere una **parola** o una **frase**.
- Il motore di ricerca più famoso è **Google** (www.google.it). quelli internazionali ci sono **Bing** (www.bing.it) e **Yahoo!** (www.yahoo.it).
- Tra quelli italiani ci sono **Libero** (www.libero.it) e **Virgilio** (www.virgilio.it), anche se usano Google per i risultati.



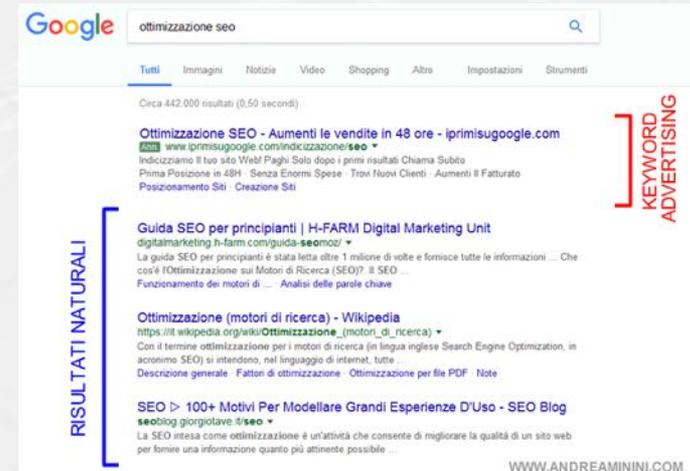
2.3.1.2.A LA RICERCA CON PAROLA CHIAVE O UNA FRASE

- La buona ricerca dipende dall'efficienza del motore di ricerca (siti archiviati, con che frequenza sono aggiornati, con quale velocità viene effettuata la ricerca), e dalla nostra abilità nell'individuare le parole chiave, evitando una richiesta troppo generica.
- I motori di ricerca presentano una casella vuota, nella quale bisogna scrivere la **parola chiave o la frase** per poi avviare la ricerca premendo sul pulsante **Cerca**.
- Da qualche tempo è possibile effettuare la ricerca direttamente dalla barra dell'indirizzo.



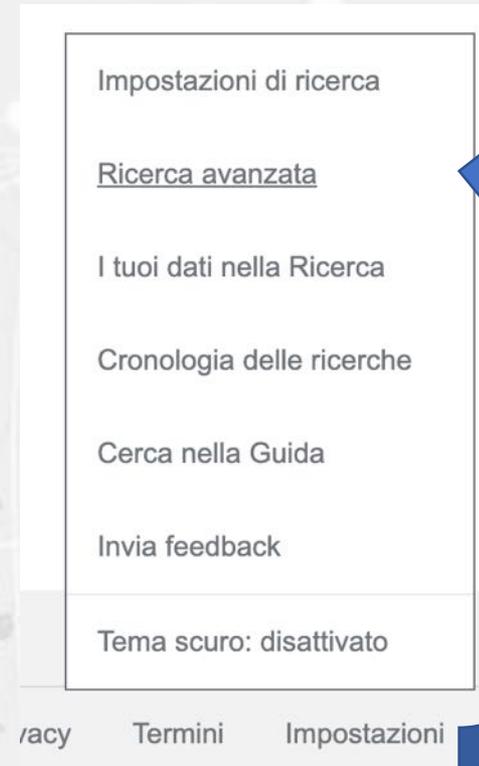
2.3.1.2.B LA RICERCA CON PAROLA CHIAVE O UNA FRASE

- Il risultato della ricerca sarà un elenco di pagine web nelle quali è presente la parola o la frase, con alcune righe di quelle pagine, per meglio comprendere di cosa si contiene la pagina.
- Il motore di ricerca valuta le volte che la parola o la frase compaiono nelle pagine web ed elenca per primi gli indirizzi di quelle pagine nelle quali è maggiore questa frequenza, oppure le pagine nelle quali le nostre chiavi di ricerca sono presenti nel titolo della pagina o di una sezione di essa.
- Tra i primi risultati, però, ne compaiono anche alcuni indicati come “sponsorizzati” o come “annunci”: significa che delle aziende hanno pagato il motore di ricerca perché quelle loro pagine web comparissero ai primi posti.



2.3.1.3. LA RICERCA AVANZATA

- Quando si usa un motore di ricerca è, indispensabile specificare nel miglior modo possibile cosa si desidera trovare. Per ottenere risultati più precisi è meglio usare più di una parola come chiave di ricerca.
- Basta indicare la frase esatta tra virgolette. È possibile restringere ancor più il campo della nostra ricerca con due frasi tra virgolette (es. «Giuseppe Verdi» «opera traviata») in modo da circoscrivere la ricerca.
- Inoltre in basso a destra si può definire meglio la ricerca da **Impostazioni** > **Ricerca Avanzata**



2.3.1.4. UNA RICERCA IN UNA ENCICLOPEDIA, DIZIONARIO WEB

- In Internet sono presenti numerosi siti di enciclopedie e di dizionari online (es. <https://www.treccani.it/>); alcuni sono a pagamento. In questi siti è possibile cercare la voce o il termine che ci interessa tramite una casella di ricerca o attraverso un indice alfabetico.
- Rispetto alle versioni cartacee, le enciclopedie offrono numerosi contributi multimediali (audio, video, animazioni), mentre i dizionari online prevedono spesso anche la possibilità di ascoltare la pronuncia corretta del termine ricercato.
- La più famosa e ampia enciclopedia online è **Wikipedia**, consultabile all'indirizzo www.wikipedia.org

The screenshot shows the Treccani website interface. At the top, there is a navigation bar with the Treccani logo and links for 'ISTITUTO', 'MAGAZINE', 'CATALOGO', 'TRECCANI CULTURA', 'TRECCANI SCUOLA', and 'ACCEDI'. Below this is a search bar. The search results for 'acqua' are displayed, showing 15134 results. The main entry for 'acqua' is highlighted, with a small image of a water drop and the chemical formula H_2O . The text describes water as a chemical compound with formula H_2O , existing in solid, liquid, and gaseous states. To the right of the main entry, there is a promotional banner for a football match between Chelsea and Fulham on December 2nd, with a 'Scopri di più' button. Below the main entry, there are categories and tags related to the search term.

2.3.2.1. VALUTARE CRITICAMENTE LE INFORMAZIONI ONLINE

- In mezzo alle migliaia di pagine web è fondamentale valutare l'attendibilità delle informazioni presenti in rete, tenendo ad esempio conto della **tipologia del sito** (informazione, intrattenimento, opinione, vendita) dalla quale dipende in gran parte lo scopo del sito stesso (rispettivamente: informare, divertire, persuadere, vendere).
- Se cerchiamo notizie prima di effettuare un viaggio all'estero è ben diversa l'attendibilità delle informazioni sull'argomento che possiamo trovare sui siti del Ministero degli Affari Esteri o dell'ACI rispetto a quelle fornite da un'agenzia di viaggio, specie se sconosciuta, perché in quest'ultimo caso è prevedibile che l'interesse principale sia quello di farci divenire suoi clienti.



2.3.2.2. LA CREDIBILITÀ DI UN SITO WEB

- La credibilità di ciò che si legge sul web è data:
 - **dall'autore dell'informazione**, perché la credibilità di un sito è diversa a seconda che esso sia realizzato da un individuo privato, da una azienda, da un ente, da una istituzione.
 - dalla presenza o meno dell'**indicazione delle fonti** dalle quali sono tratte le informazioni riportate, perché questo consente di individuare l'origine dell'informazione e di verificarne validità e attendibilità.
 - È **utile confrontare tra loro più fonti** online. Attenzione al copia-incolla
 - È consigliabile **confrontare** l'informazione online **con una fonte tradizionale**



2.3.2.3. ADEGUATEZZA DELLE INFORMAZIONI PER UN PUBBLICO

- Naturalmente tutte le ricerche vanno rapportate a chi le fa e al lavoro che si intende fare.
- È molto diverso il risultato di una ricerca che può andare bene per uno studente delle scuole medie, ma può non essere adeguato per uno studio di un universitario.
- La fondatezza e la completezza dei dati acquisiti nel web devono essere calibrati al soggetto che opera la ricerca.



2.3.3.1 DEFINIRE I TERMINI COPYRIGHT, PROPRIETÀ INTELLETTUALE

- Con il termine **copyright** (a esso corrisponde il simbolo ©) si intende la protezione del diritto di autore per impedire riproduzioni non autorizzate di un'opera.
- Il copyright protegge anche le applicazioni per computer e dispositivi elettronici, il cui utilizzo è regolato da una “**licenza d'uso**”, che non rende proprietari, ma solo “licenziatari” di quel software, autorizzati a usarlo solo per uso.
- Prima di utilizzare un file preso da Internet, in si ha l'obbligo di accertarci se è liberamente utilizzabile, se richiede che sia segnalata la fonte dalla quale l'abbiamo tratto, se occorre richiedere al legittimo proprietario l'autorizzazione prima di utilizzarlo.

- Attribuzione



- Attribuzione
Condividi allo stesso modo



- Attribuzione
Non opere derivate



- Attribuzione
Non commerciale



- Attribuzione
Non commerciale
Condividi allo stesso modo



- Attribuzione
Non commerciale
Non opere derivate



2.3.3.2.A. DIRITTI E OBBLIGHI DI CHI DETIENE I DATI

- Il **diritto alla riservatezza** (“**privacy**”) è tutelato dalla legge anche per ciò che riguarda l’uso dei sistemi informatici e di Internet. Internet fa sì che dati personali da noi comunicati a un ente o a un’azienda possano essere da questi facilmente comunicati ad altri.
- In Italia la L. 196/2003, poi adeguata al **Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati dell’Unione Europea**, più noto come **GDPR** del 2018, garantisce il diritto alla privacy e impedisce che i nostri dati personali sensibili (preferenze politiche, sessuali, stato di salute, condizioni economiche, ecc.) possano essere utilizzati per fini diversi da quelli concessi, e permette la cancellazione.
- Contro gli abusi il cittadino può ricorrere al **Garante della privacy** e, nel caso in cui venga attestato un danno morale o economico, ottenere anche un risarcimento.



2.3.3.2.B. DIRITTI E OBBLIGHI DI CHI DETIENE I DATI

- L'uso dei Dati da parte di chi li richiede risponde ai seguenti principi:
 - **Trasparenza:** Le informazioni sul trattamento dei dati devono essere facilmente accessibili e di facile comprensione per l'interessato del trattamento
 - **Accountability**, «responsabilizzazione» è la capacità di rendere conto di quanto fatto dal DPO per il trattamento dei dati
 - **Privacy by design e by default:** il trattamento dati sia pensato e progettato nel modo più tutelante possibile
 - **Minimizzazione:** prevede che vengano trattati solo i dati strettamente necessari allo scopo

PRINCIPIO DI
ACCOUNTABILITY

PRIVACY BY DESIGN

Obbligo di predisporre una struttura organizzativa, misure tecniche e procedure appropriate per conformarsi al regolamento.

PRIVACY BY DEFAULT

Devono essere adottati meccanismi tali che assicurino l'utilizzo e la raccolta dei soli dati necessari per una specifica finalità e la non conservazione dei dati oltre il tempo necessario al raggiungimento di tale scopo.

The background of the slide is a light gray color with a complex pattern of white lines. On the left and right sides, there are two semi-transparent globes of the Earth. Overlaid on these globes and the background are various geometric shapes: horizontal and vertical lines, some with arrows, and a network diagram on the right side consisting of blue circular nodes connected by thin lines. The overall aesthetic is technical and digital.

2.4. Concetti di comunicazione

Modulo 2 - Sezione 4

2.4.1.1.A. COMUNITÀ ONLINE (VIRTUALE)

- Per **comunità virtuali**, si intendono gruppi di persone, anche di nazioni diverse, che si incontrano tramite Internet.
- Le **reti sociali** (in inglese **social network**) sono delle comunità virtuali di persone unite da rapporti di conoscenza, studio, lavoro o altro.
Le reti sociali con maggior numero di utenti sono *Instagram, Facebook, Tik Tok*.
- I **forum** sono una specie di bacheche virtuali, dedicate ad argomenti specifici: è possibile leggere i messaggi (detti *post*) presenti o inviarne di propri. Esistono diverse migliaia di forum e dunque riguardano argomenti diversissimi e a volte molto specifici.



2.4.1.1.B. COMUNITÀ ONLINE

- Per la comunicazione in tempo reale, la **chat** permette il dialogo in tempo reale e mantenere i contatti con conoscenti e non solo. La comunicazione avviene all'interno di una chat-room. Possono essere:
 - collettive
 - one on one
- Le conferenze web permettono di condividere contenuti e presentazioni a distanza. I partecipanti possono interagire condividendo file di vario tipo.
- Anche il gioco online oggi raccoglie delle community che interagiscono tra di loro.



2.4.1.2. PUBBLICARE E CONDIVIDERE CONTENUTI ONLINE

- **Blog:** è un diario online su cui l'autore posta articoli, considerazioni foto, video. Può anche ospitare i commenti dei lettori.
- Per seguire gli aggiornamenti di un blog si possono utilizzare il feed **Rss** se ne è dotato. Per creare un blog si possono utilizzare diverse piattaforme di blogging (**Wordpress, Tumblr, Sites di Google**, ecc.). Per la pubblicazione è necessario di uno spazio web e un indirizzo internet. tale spazio può essere gratuito o a pagamento.
- **Micro blog** è uno spazio web che permette la pubblicazione di contenuto brevi accompagnati da immagini. Sono visibili da coloro fanno parte dalla cerchia. Il più diffuso è **Twitter** (140 caratteri).
- I **podcast**, sono contenuti multimediali che possono essere scaricate utilizzando un client. Spesso sono in formato audio (mp3) e si avvicinano a trasmissioni radiofoniche.
- Ci sono altri siti che permettono la condivisione e/o mostrare foto e video, come per esempio **flickr** (www.flickr.com) o al celebre **Youtube** (www.youtube.com) con delle comunità virtuali collegate.



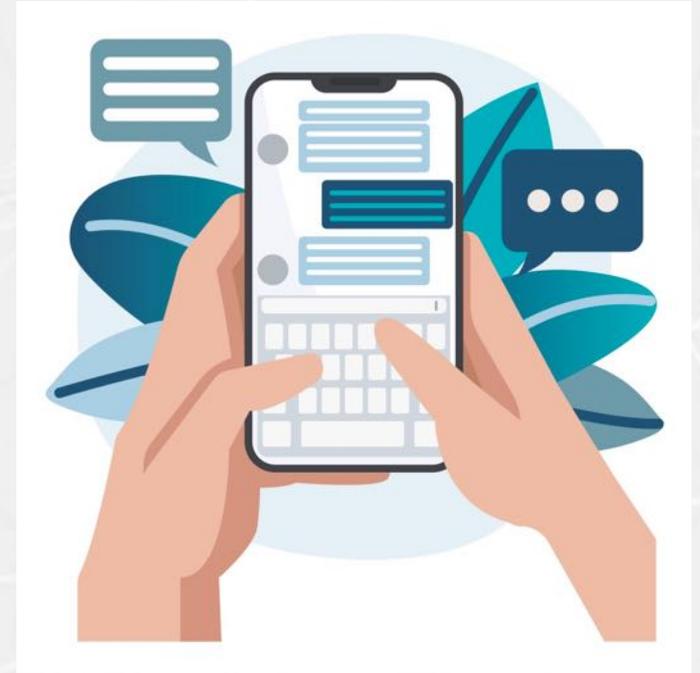
2.4.1.3. PROTEZIONE DURANTE LE ATTIVITÀ NELLE COMUNITÀ ONLINE

- L'iscrizione nelle comunità virtuali avviene con una iscrizione e con le credenziali (**user + password**) che possono essere fittizie per questo è sempre opportuna tanta prudenza nel "mostrarsi", nel condividere se stessi.
- I contenuti pubblicati possono essere condivise o bersaglio di frodi o calunnie, cyberbullismo, offese.
Dalle importazioni della privacy dei **Social Network** si può rendere l'account privato in modo che i contenuti siano visibili solo agli "amici".
- Altro problema è la geolocalizzazione.
- La prudenza va usata anche in caso si è contattati da utenti sconosciuti o sospetti. Il caso di insistenza è possibile "bloccare" i contatti indesiderati a segnalare ai responsabili del network chi agisce con comportamenti contrari alla netiquette.



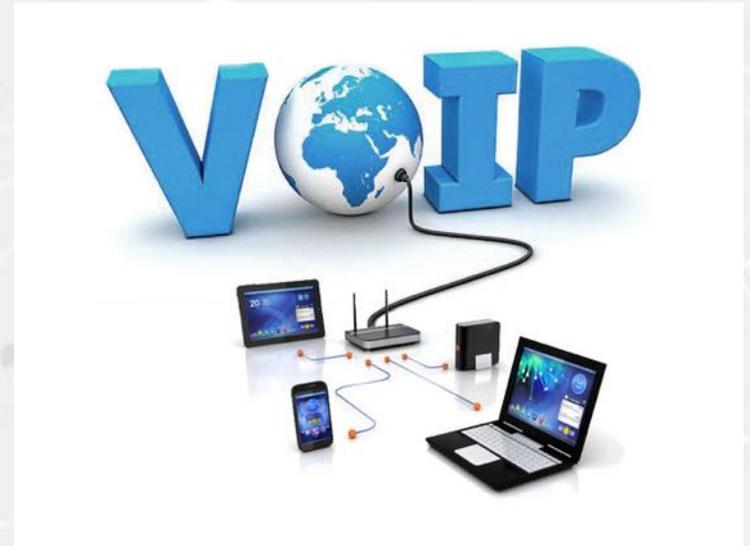
2.4.2.1. «IM» (INSTANT MESSAGING)

- Una delle novità più diffuse negli ultimi anni è rappresentata dalla messaggistica istantanea. La si può fare con diversi software:
 - Comunicazione in tempo reale
 - la risposta può essere sincrona o a-sincrona
 - permettono anche l'avvio di file
- * Gli SMS, messaggi inviati da un telefono delle volte al corno di pochi centesimi. Si possono inviare da un computer o da un telefono fisso per il gestore offre il servizio).



2.4.2.2 «MMS» «VOIP»

- * MMS (Multimedia Messaging Service), messaggi che possono contenere oggetti multimediali che si possono inviare con il cellulare. In genere hanno un costo maggiore rispetto agli SMS.
- * la tecnologia Voip (Voice over Internet) permette la conversazione sfruttando internet con il protocollo IP.
- Vantaggi:
 - Usando il collegamento tra 2 Pc non ci sono costi aggiuntivi
 - È possibile telefonare verso una rete telefonica tradizionale.



2.4.2.4. NETIQUETTE DELLA COMUNICAZIONE ELETTRONICA

- La buona educazione ha diritto di esistere anche quando si opera su internet.
- Come:
 - Essere concisi e sinteticità
 - accuratezza nello scrivere evitando un linguaggio da sms
 - inserire, specie nelle mail, l'oggetto della comunicazione
 - controllare l'ortografia
 - attenzione ai contenuti inviati, particolarmente foto di gruppo, maxi allegati



2.4.3.1. “E-MAIL” E I SUOI IMPIEGHI PRINCIPALI.

- Oggi rispetto al passato la posta elettronica è sinonimo di:
 - rapidità (tempo reale)
 - economicità (costi quasi nulli)
 - completezza (allegare di diverso tipo)
- Netiquette vuole che non si intasi la posta del destinatario con allegati pesanti, inutili
- La posta elettronica è gestita da programmi detti **client** di posta elettronica o direttamente via web (ad es. Outlook, che fa parte del pacchetto Microsoft Office) ma è anche possibile utilizzarla tramite il collegamento a siti web (ad es. con Gmail) che ci permettono di visualizzare i messaggi ricevuti, spedirne di nuovi, gestire la casella di posta elettronica attraverso un servizio detto webmail.



2.4.3.2. INDIRIZZO DI POSTA ELETTRONICA

- Un indirizzo di posta elettronica è solitamente composto da due parti separate dal simbolo della chiocciola (@). La parte che precede la chiocciola indica la persona, mentre quella che segue la chiocciola indica il cosiddetto “dominio”
- Ecco le diverse parti:
 - nome utente (nickname) associato ad una cartella di posta elettronica virtuale
 - @ sta per "presso"
 - il dominio che può essere privato, di un sito personale o di un provider



2.4.3.3. INVIO DI ALLEGATI

- Il vantaggio della mail è quello di poter inviare insieme a un messaggio anche uno o più file, ma ci sono dei limiti:
 - la loro dimensione: in genere si aggira tra i 5 e i 10 Mb
 - Inviarli solo se richiesti o se necessari
 - per evitare l'invio di virus o altro software dannoso, i gestori di posta elettronica rendono impossibile potrebbero bloccare l'invio di allegati dei file eseguibili (vale a dire con estensioni del tipo .exe .com .bat, ecc.) o file con altri tipi di estensioni potenzialmente rischiose (del tipo: .vbs .scr .pif, ecc.).

<https://www.analideirischinformatici.it/sicurezza/infografica/> - Infografica n° 013

I PRINCIPALI PERICOLI NELLE EMAIL

IDENTIFICARLI E PROTEGGERSI

il 99% degli attacchi informatici richiede l'interazione umana per avere successo, con conseguente installazione di malware, frode telematica, divulgazione involontaria di dati e altro ancora. Non è sufficiente il messaggio in sé ma è necessario un errore da parte del ricevente ...

- LEGGERE BENE IL CONTENUTO**
Saluti impersonali, grammatica non fluida, imitazioni di loghi esterne (ma con "sbavature" nel testo), creazione di un senso di "urgenza" nella risposta a una richiesta inconsueta
- PRESENZA DI LINK NEL MESSAGGIO**
Dobbiamo comprendere: a) se il link scritto è quello di destinazione concordato; b) se il link è di un sito che già conosciamo, se è molto simile o se non lo abbiamo mai visto prima
- PRESENZA DI UN ALLEGATO**
Ti consigliamo di non aprire mai un allegato a meno che tu non sia pienamente sicuro che il messaggio provenga da una parte legittima. Anche allora, comunque dovresti cercare qualcosa di sospetto nell'allegato - scopri cosa nel nostro sito.
- INDIRIZZO DEL MITTENTE**
Il mittente è facilmente falsificabile e non deve essere considerato un vettore di controllo assoluto ma piuttosto relativo e da utilizzare come valutazione di insieme. Sul nostro sito vi spieghiamo come verificare chi è davvero il mittente.
- LA FIRMA DEL MESSAGGIO**
Ci troveremo di fronte a messaggi senza riferimenti nominali (nome e cognome di chi invia il messaggio) senza numeri telefonici e senza informazioni in materia di privacy che solitamente chiudono le missive per ottemperare alle disposizioni di legge.
- IL NOSTRO INTUITO**
dare ascolto a quanto il nostro intuito o sesto senso ci vuole comunicare... se nella nostra testa è "apparso" anche solo una volta un elemento che ci ha fatto dubitare... del tipo "ma sarà vero?" o "mi devo fidare" - ebbene allora non fate nulla prima di aver cercato maggiori conferme.

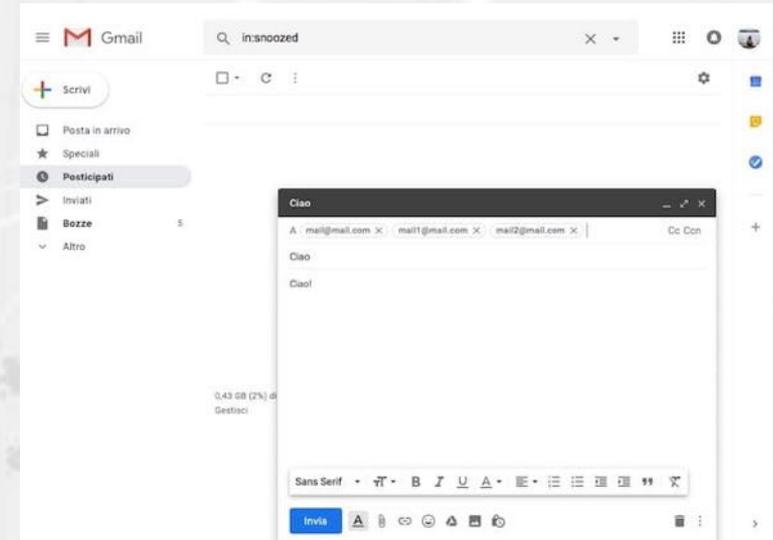
Ulteriori consigli li trovate sul nostro BLOG "Alerta pericoli informatici": www.analideirischinformatici.it/sicurezza

ASSISTENZA INFORMATICA LEGALE
WWW.ANALISIDEIRISCHINFORMATICI.IT

@TonioRollo

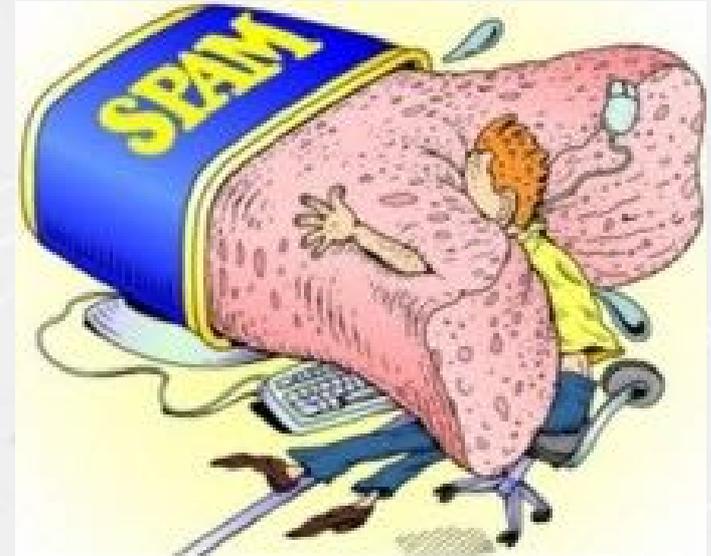
2.4.3.4. TIPOLOGIE DI DESTINATARI

- Nell' inviare una mail c'è la possibilità di indicare 3 tipologie di destinatari:
- **A:** il destinatario "diretto" del messaggio;
- **C:** il destinatario "indiretto" del messaggio, perché sappia (per conoscenza,
- **CCN** il destinatario "nascosto" (Copia Carbone Nascosta) i i destinatari di questo campo ricevono una mail senza che i diretti destinatari sappiano che una copia arriva anche a lui.
- * **Netiquette:** In caso di più destinatari usare questo campo per inserire i gruppi in modo che uno nome veda gli indirizzi degli altri (privacy).



2.4.3.5. MESSAGGI FRAUDOLENTI O NON RICHIESTI

- Tra i pericoli legati all'uso della posta eletta.
 - **spamming**: eccessiva ricezione di posta elettronica, in particolare pubblicitaria. Ciò avviene per l'acquisto a furto dei dati, degli indirizzi di posta elettronica per fini pubblicitari. I clienti di posta elettronica hanno filtri che bloccano questo tipo di «invasioni».
 - Altro tipo di pericolo è la richiesta di denaro per **scopi fraudolenti**, spesso scritte in un italiano stentato e presentano situazioni inverosimili. In questo caso cestinare direttamente tutto.
 - I **virus** sono l'altro pericolo; spesso scaricati dagli allegati. Non sempre vengono da sconosciuti; delle volte hanno a un "oggetto" poco chiari. Vanno cestinati senza aprirli. Un antivirus può essere un'altra arma di difesa.



2.4.3.6. PHISHING

- **PHISHING** (*to fish = pescare, o far abboccare*) è cercare di carpire informazioni utili attraverso "falsi siti gemelli" o attraverso mail "cloni" di aziende e di banche.
- Il **phishing** può essere denunciato alle associazioni dei consumatori o alle autorità preposte come la polizia postale. Il **phishing** è una truffa e come tale va denunciata. I colpevoli possono essere individuati analizzando le mail, specie se abbastanza numerose.



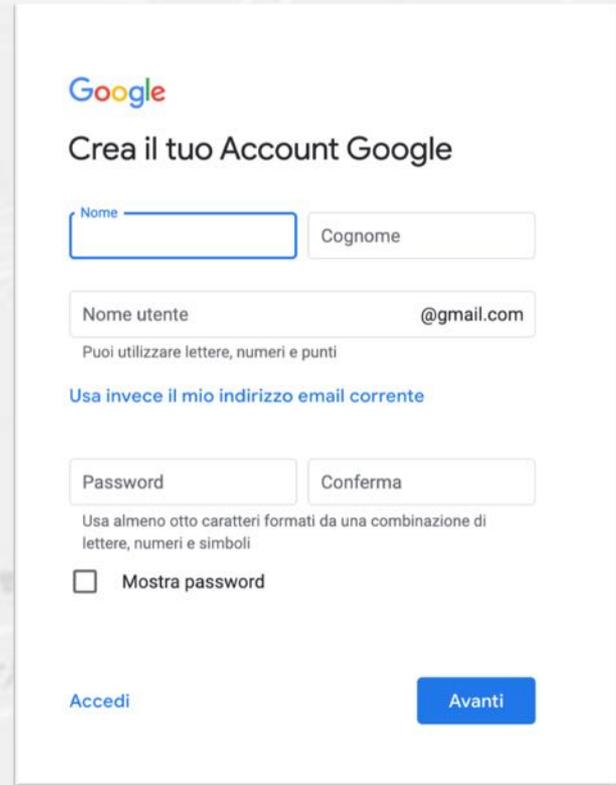
The background features two stylized globes, one on the left and one on the right, rendered in shades of blue and grey. Overlaid on these are various geometric patterns: a network of blue nodes connected by thin lines on the right side, and several grey circuit-like lines with arrows pointing in different directions across the top and middle sections. A semi-transparent grey rectangular box is centered horizontally, containing the main title and subtitle.

2.5. Uso della posta elettronica

Modulo 2 - Sezione 5

2.5.1.1. ACCEDERE AD UN ACCOUNT DI POSTA ELETTRONICA

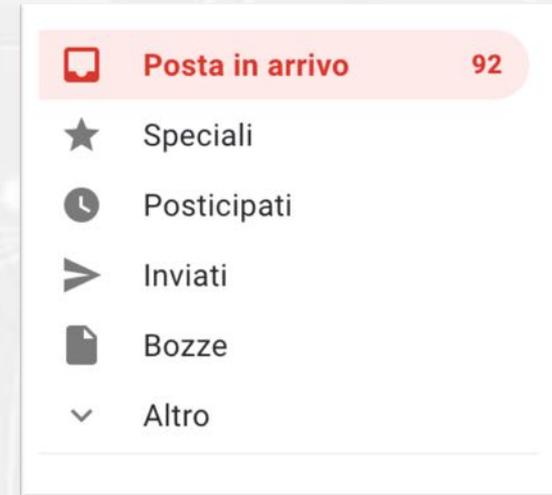
- Per accedere alla gestione elettronica è necessaria un'applicazione che permetta di farlo online e in locale.
- Inoltre è necessario un account di posta elettronica.
 - - collegarsi sul sito di gestione (es. gmail.com)
 - > **crea un account**
 - - completare il modulo, accettando i termini del servizio.
- Collegandosi all'acconto di **Gmail** inserire i dati di accesso. si aprirà quindi la pagina personale.



The screenshot shows the Google Account creation interface. At the top is the Google logo, followed by the heading "Crea il tuo Account Google". Below this are input fields for "Nome" and "Cognome". A larger field for "Nome utente" is followed by "@gmail.com". A note below states "Puoi utilizzare lettere, numeri e punti". A blue link reads "Usa invece il mio indirizzo email corrente". Below are "Password" and "Conferma" fields, with a note: "Usa almeno otto caratteri formati da una combinazione di lettere, numeri e simboli". A checkbox labeled "Mostra password" is present. At the bottom left is a blue link "Accedi" and at the bottom right is a blue button "Avanti".

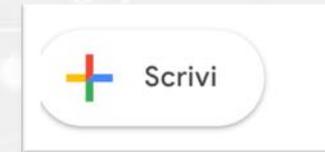
2.5.1.2. CARTELLE STANDARD DI POSTA ELETTRONICA

- Tutta la posta elettronica viene archiviata all'interno un server remoto e del proprio computer in cartelle standard:
 - **Posta in arrivo**, per le mail ricevute
 - **Posta in uscita**, per le mail da inviare
 - **Posta inviata**, per le mail inviate
 - **Posta eliminata/cestino**, per le mail cestinate temporaneamente e definitivamente o automaticamente.
 - **Bozze**, per le mail in preparazione e non ancora concluse
 - **Spam** (o posta indesiderata) per le mail che il software riconosce come inutili a dannose.
- **Gmail** aiuta l'archiviazione con 5 schede
 - **principale**, per la posta ordinaria
 - **social**, per quelli provenienti dai social
 - **Promozionali**, marketing, interessi, mail promozionali,
 - **Aggiornamenti**, per conferme, ricevute, estratti conto, fatture.
 - **Forum**, per gruppi online, mailing list.



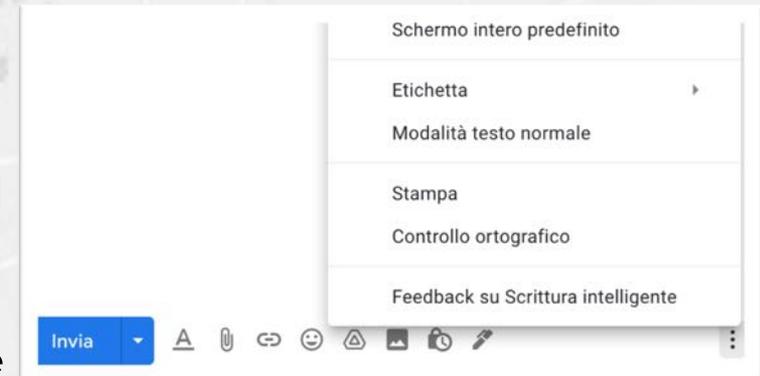
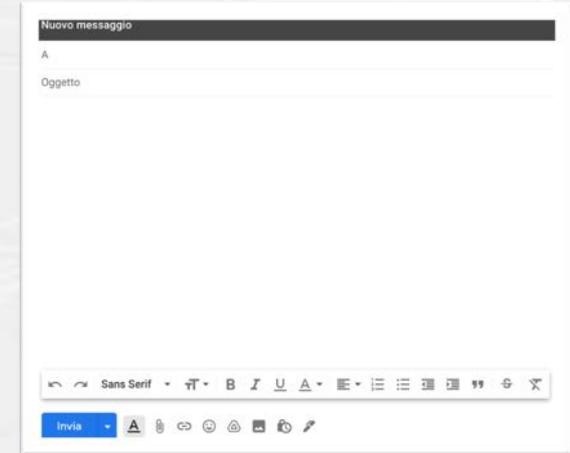
2.5.1.3.A. CREARE UN NUOVO MESSAGGIO

- Per scrivere una mail, cliccare su:
- **+ SCRIVI.** Nella finestra che si apre:
 - A: cliccando sulla si apre la rubrica o si può inserire direttamente l'intelletto indirizzo della mail del destinatario;
 - Cliccando sul **CC** si può inserire come nel caso precedente il destinatario di una copia per conoscenza;
 - Per inviare una copia nascosta cliccare su **CCN** e inserire l'indirizzo. Un altro campo necessario all'oggetto, cioè l'indicazione del contenuto della mail breve.
 - A questo punto digitare il contenuto del messaggio nel campo del testo.

A screenshot of a "Nuovo messaggio" (New message) form. It has a dark header bar with the text "Nuovo messaggio". Below the header, there are four input fields: "A", "Cc", "Ccn", and "Oggetto". Each field has a horizontal line below it, indicating it is a text input field.

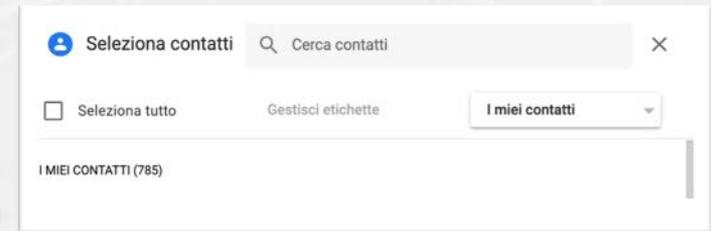
2.5.1.3.B. CREARE UN NUOVO MESSAGGIO

- Accanto al pulsante invia si apre la barra degli strumenti:
 - cliccando sulla **A** si apre un ulteriore barra per formattare il testo con comandi che riguardano il carattere, l'allineamento, gli elenchi numerati e rientri,...
 - La graffetta permette di inserire l'uno o più allegati, l'inserimento di un link, inserire file da Gdrive, rendere riservato il contenuto della mail (per un certo periodo, ecc).
 - Cliccando sui tre puntini (**ALTRE OPZIONI**) si potrà inserire un'etichetta, fare il controllo ortografico, stampare, ecc.
- Anche se non si salva mentre si opera sulla mail o si chiude la stessa, il messaggio verrà salvato nella cartella delle BOZZE.
- Per incollare testo da parti esterne si può usare il menu contestuale (tasto dx) o CTRL+V.



2.5.1.4. INSERIRE UNO O PIÙ INDIRIZZI (A – CC – CCN)

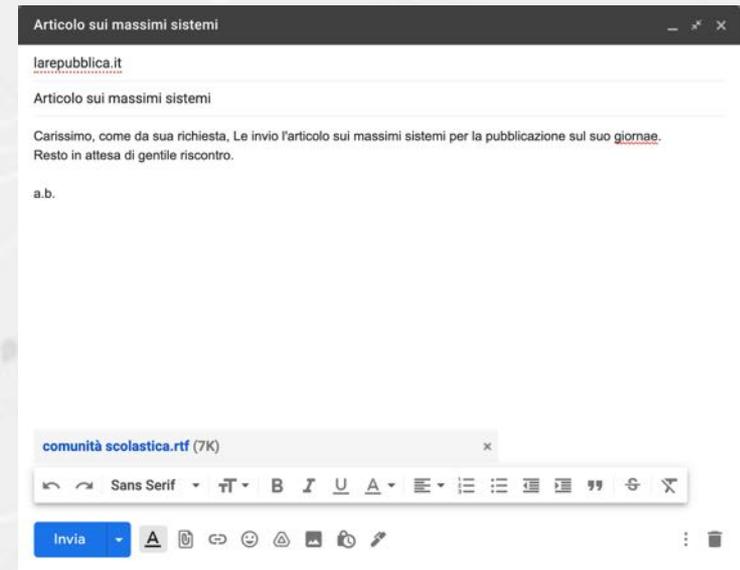
- Per inserire un indirizzo all'interno della mail cliccare sulle lettere dei destinatari e automaticamente apparirà la lista dei contatti che suggerirà il testo del destinatario, se presente nella stessa.
- In caso di più indirizzi al termine di un indirizzo aggiungere una virgola e quindi quello successivo.
- Qualora si volesse aggiungere un destinatario negli altri campi **Cc** oppure **Ccn** si può procedere come nel caso precedente.



• 2.5.1. INVIO DI UN MESSAGGIO

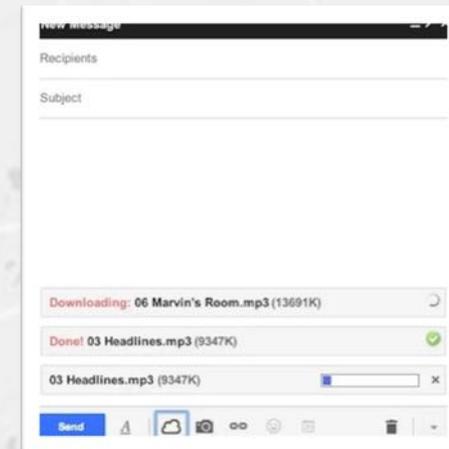
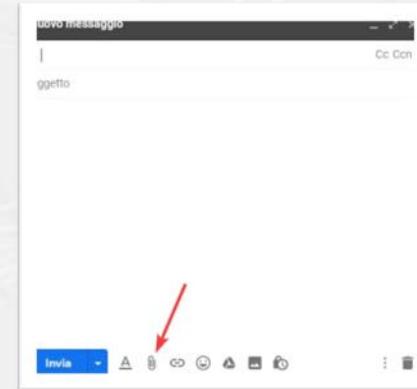
2.5.1.5. L' "OGGETTO" E INSERIRE IL TESTO NEL CORPO DEL MESSAGGIO.

- L'oggetto rappresenta la descrizione sintetica di quanto si vuole scrivere all'interno della mail. Infatti accanto al mittente del messaggio l'elenco delle mail riporterà esclusivamente questo rigo. È opportuno quindi rendere chiaro l'argomento del messaggio.
- All'interno del corpo del testo è bene sintetizzare quanto si vuole comunicare all'interlocutore, non dilungandosi con testi prolissi. In caso di presenza di allegati nel corpo del testo si può presentare il contenuto degli stessi in modo da lasciare la libertà al destinatario della lettura del testo completo.



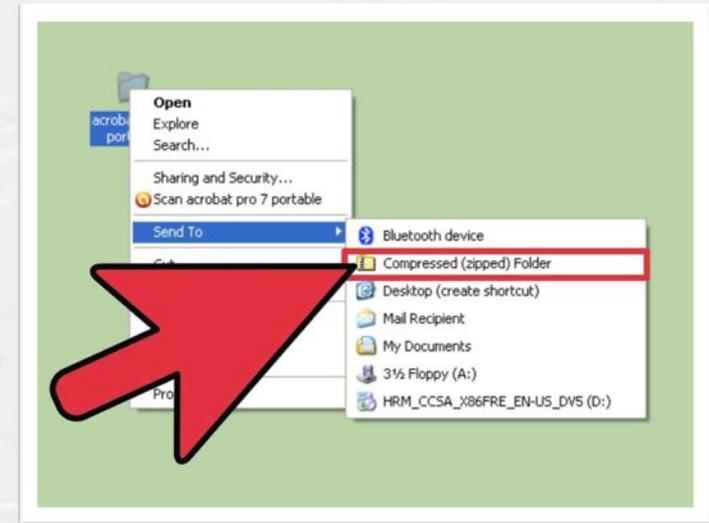
2.5.1.6. ALLEGATO AL MESSAGGIO

- Per allegare un file cliccare sull'icona di > **allega file**
- - Dalla finestra si sceglie il file > **apri**.
- Per. la scelta di più file si può cliccare con **Shift** (per file attigui) o **Ctrl** (per file distanti).
- Una barra di avanzamento mostra il caricamento.
- Con **X** si blocca il caricamento.
- Anche se è stato caricato il file si può comunque rimuoverlo.



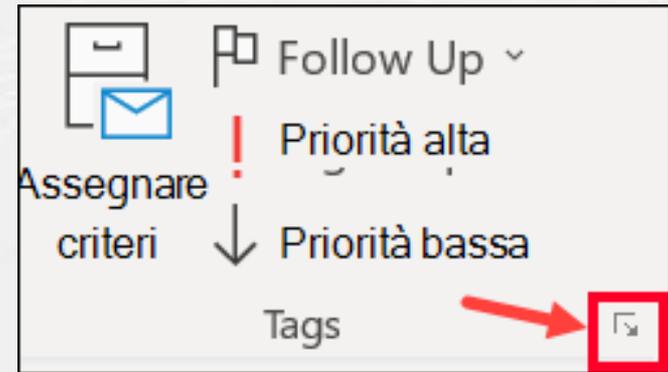
2.5.1.6. GLI ALLEGATI AL MESSAGGIO

- Gli allegati alle mail possono essere diversi. Bisogna tener presente che in allegato non viene «presa» una cartella con i file che contiene, ma andrebbero caricati singolarmente. La soluzione è quella di **zippare** la cartella con i file contenuti in modo che la mail lo consideri un unico oggetto.
- Buona norma di netiquette è quella di non intasare la casella del destinatario.
- Per i file troppo pesanti se presenti su **Gdrive** **GMail** invia il link.
- Se non su Gdrive si possono usare siti appositi come WeTransfer.com



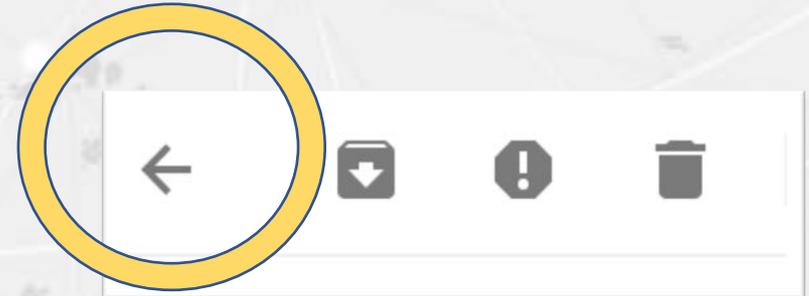
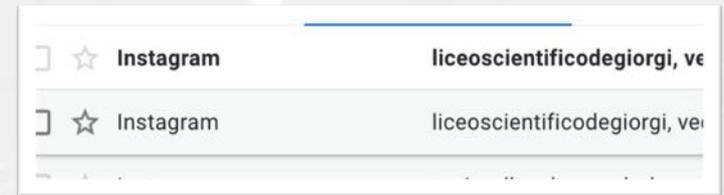
2.5.1.7. PRIORITÀ DI UN MESSAGGIO

- completato tutto si può procedere all'invio cliccando su **Invia (Ctrl + invio)**.
- Alcuni software permettono di modificare la priorità della mail contrassegnandola come alta a bassa (non **GMail**).
- La funzione Posta Prioritaria individua quali sono, per noi, le e-mail più importanti e organizza tutti i messaggi in arrivo secondo tre categorie: "**importanti e da leggere**", "**speciali**" e "**tutto il resto**".
- **GMail** stabilisce l'importanza della posta in arrivo in base al nostro modo di comportarci con essa.



2.5.2.1. APRIRE, CHIUDERE UN MESSAGGIO

- Le mail giunte vengono archiviate in una cartella > **Posta in arrivo**. Tali mail mostrano: *il mittente, l'oggetto e un'anteprima del testo*. Saranno in grassetto se non letti.
- Per chiudere il messaggio tornare in **posta in arrivo** a cliccare sulla freccia.
- Una volta letto in messaggio non sarà più in grassetto.



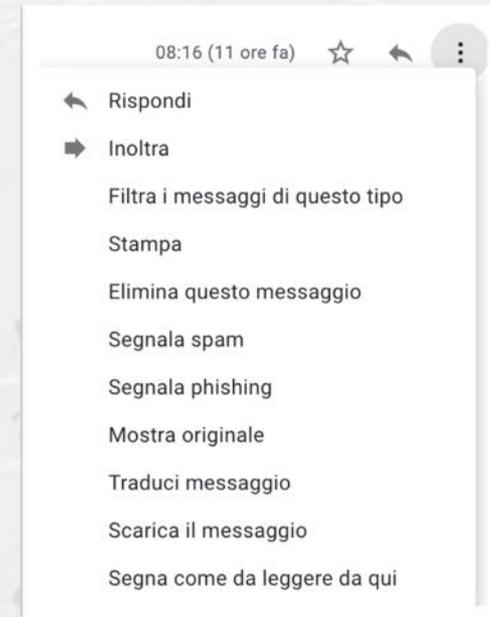
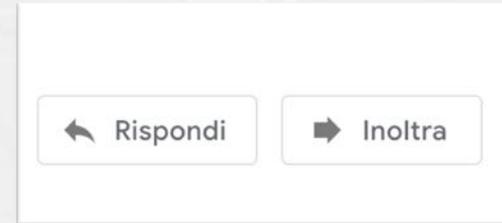
2.5.2.2. «RISPONDI» E «RISPONDI A TUTTI»

- Per rispondere alla mail cliccare sui **RISPONDI** (in basso) o in alto a dx.
- Se si desidera che la risposta alla mail giunga a tutti coloro che erano destinatari dello stesso messaggio, comparirà il riquadro > **RISPONDI A TUTTI**, come anche in alto a dx.
- si aprirà la finestra con tutti i destinatari, l'oggetto resterà lo stesso della mail e sarà preceduto da: **Re:** o riporterà l'intero messaggio a cui si sta rispondendo.



2.5.2.3. «INOLTARE» UN MESSAGGIO

- Qualora si desideri inviare il messaggio giunto ad un altro destinatario, cliccare sul riquadro > **INOLTRA**
- o dai puntini > **ALTRO** > **INOLTRA**... l'oggetto è preceduto da **F: (Forward)**; quindi inserire l'indirizzo del destinatario.



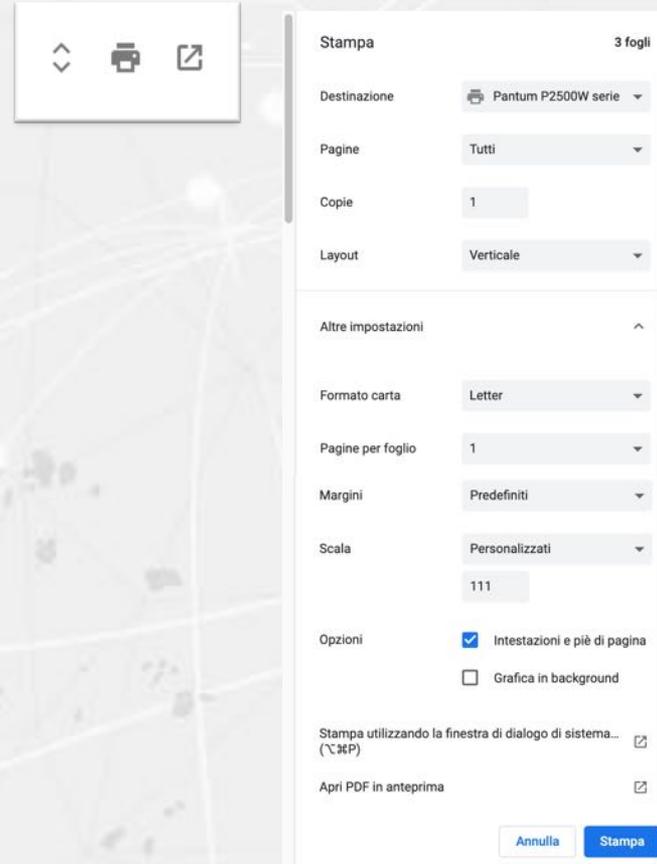
2.5.2.4. APRIRE, SALVARE UN ALLEGATO SU UN DISCO

- Quando si ricevono degli allegati ci sarà l'icona di una graffetta accanto alla mail.
- L'apertura della mail permette di vedere un'anteprima dell'allegato e andando con il mouse sull'allegato saranno visibili le icone che permettono di scaricarlo (**1**) sul proprio pc, salvarlo su **GDrive** (**2**), modificarlo (se possibile) (**3**).



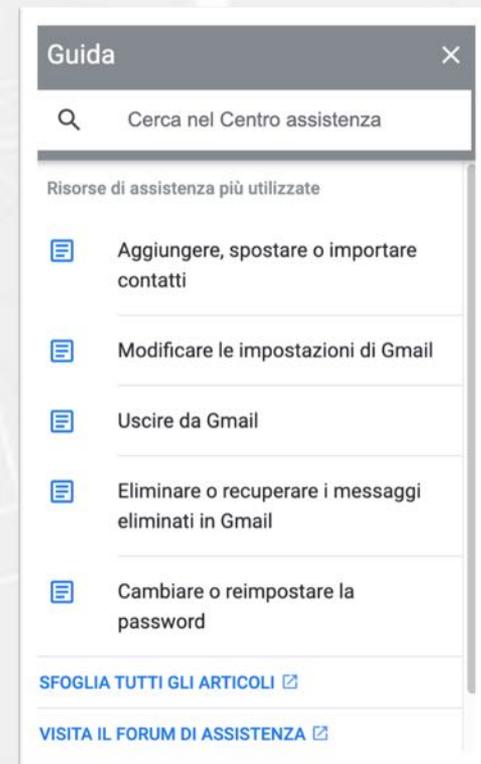
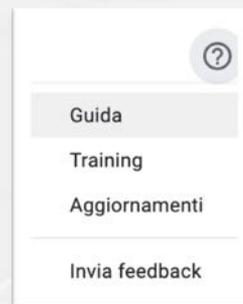
2.5.2.5. L'ANTEPRIMA DI STAMPA

- Per stampare la mail bisogna aprirla, quindi cliccare sulla icona in alto a dx della stampante, si aprirà un'anteprima e le classiche opzioni di stampa:
 - Destinazione Stampante
 - pagine
 - copie
 - layout
- Nelle altre applicazioni
 - Formato carta
 - pagine per foglio
 - margini
 - scala
 - opzioni
- **Da: stampa utilizzando la finestra di dialogo...** si arriva alle impostazioni della stampante.



2.5.3.1. GUIDA IN LINEA DEL PROGRAMMA

- Per tutto ciò che riguarda le funzionalità della posta elettronica si può usare la guida in linea del provider (?).
- Cliccando sull'icona del punto interrogativo scegliere l'opzione > **GUIDA**, la finestra che si apre da la possibilità di indicare il problema (**Cerca nel Centro assistenza**) o controllare un elenco di **argomenti più utilizzati** che possono aiutare, **sfogliare tutti gli articoli** o visitare il **Forum di assistenza**



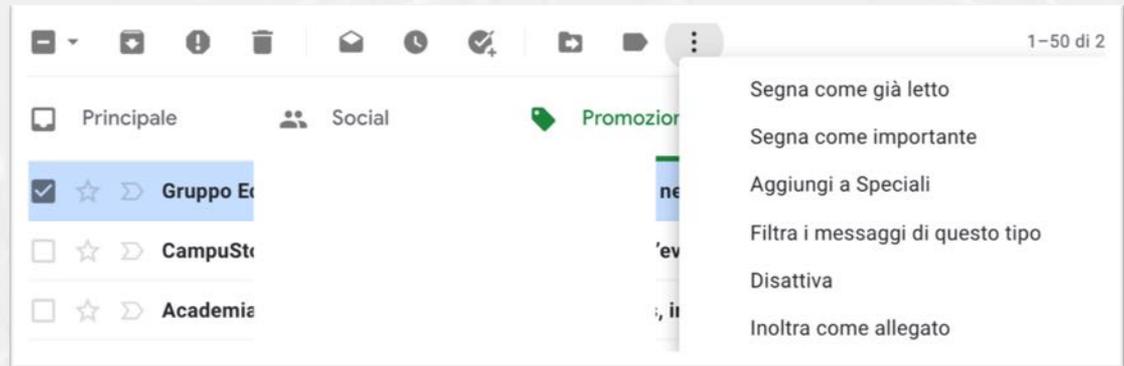
2.5.3.2. BARRE DEGLI STRUMENTI E BARRA MULTIFUNZIONE

- **GMail** inserisce un ulteriore strumento per l'archiviazione e gestione della posta elettronica: la barra degli strumenti selezionando uno o più mail si attivano le Impostazioni gestiscono la visualizzazione:

- archivia
- sposta in...
- segnala come spam
- etichette
- elimina ...

- **Altro**

- segna come già letto
- segna come importante
- Posticipa
- Aggiungi alle attività
- Inoltra come allegato
- ...



2.5.3.3. FIRMA TESTUALE IN UN MESSAGGIO

- È possibile creare una firma automatica accompagnata da altri riferimenti personali per essere contattato (es. num. tel.)
 - > **Impostazioni**
 - > **visualizza tutte le impostazioni**
 - - **Firma**
 - > **+ crea nuova**
 - > inserire il testo e formattarlo
 - > **Salva le modifiche** (in basso)



2.5.3.4. RISPOSTA AUTOMATICA

- Il risponditore automatico permette di inviare una risposta standard alle mail giunte e avvisare, per esempio, che riceveranno una risposta appena possibile.
- > **Risponditore automatico**
- > **Attivarlo per un certo periodo** (es. durante le ferie)
 - > **oggetto** (es. risposta automatica)
- > **Testo** (es.: *Siamo in ferie, grazie per averci contattato, risponderemo dal...*)

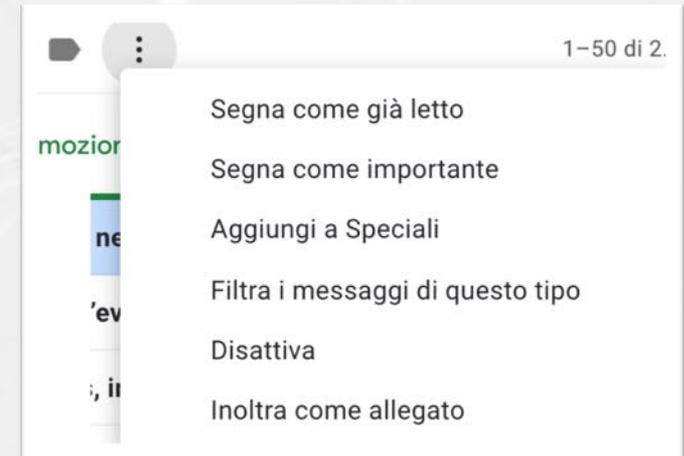
The screenshot shows the 'Impostazioni' (Settings) page for automatic replies. The 'Generali' tab is selected. The 'Risponditore automatico' section is active, with the 'Disattiva risponditore automatico' option selected. The 'Attiva risponditore automatico' option is also visible. The 'Primo giorno' is set to '12 febbraio 2021' and the 'Ultimo giorno' is set to '(facoltativo)'. The 'Oggetto' field is empty. The 'Messaggio' field contains the text '« Testo normale'. The 'Rispondi solamente a persone incluse nei miei Contatti' and 'Invia una risposta solo alle persone all'interno di Liceo Scientifico Cosimo De Giorgi Lecce' options are both unchecked.

2.5.3.5. MESSAGGIO COME LETTO, NON LETTO. MARCATURA

- Il testo in grassetto indica un messaggio non letto. Pur avendo letto una mail possiamo marcarla come "non letta" per ritornarci in un secondo momento.

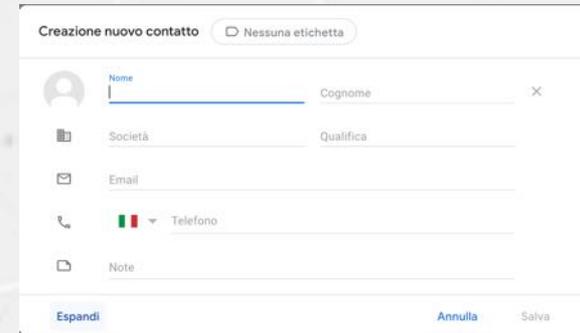
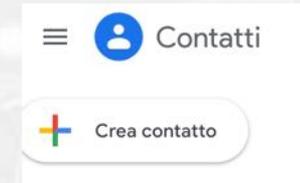
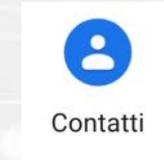
Nella **barra degli strumenti**:

- >  (**altro**)
- > **segna come da leggere**
- per fare il contrario quando ci troviamo di fronte a mail poco importanti e non si vuole leggerle:
 - > **segna come già letto**
- Se ci sono delle mail particolarmente interessanti
 - > **aggiungi a speciali**, o cliccare sulla **stella** a sx del mittente



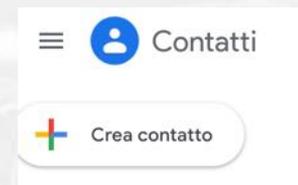
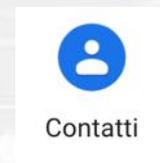
2.5.3.6. CREARE UN CONTATTO

- Ad ogni gestore di posta è legata una rubrica per la gestione dei contatti o di gruppi di contatti.
- Andare nell'icona dell'App CONTATTI
 - > **+ crea contatto**
 - Inserire i dati necessari
 - > **Espandi** (visualizza ulteriori opzioni)
 - Inserito il contatto sarà visibile automaticamente quando inseriamo la mail nel campo del destinatario
- Per eliminare un contatto:
 - da CONTATTI selezionarlo con la spunta da: (altre azioni a dx)
 - > Elimina
- Se è giunta una mail di un nuovo contatto, selezionandolo lo possiamo aggiungere alla nostra rubrica.
- CREARE UN GRUPPO



2.5.3.6. CREARE UNA LISTA DI DISTRIBUZIONE

- CREARE UN GRUPPO



Creazione nuovo contatto 🗄 Nessuna etichetta

	Nome <input type="text"/>	Cognome <input type="text"/>	✕
	Società <input type="text"/>	Qualifica <input type="text"/>	
	Email <input type="text"/>		
	 Telefono <input type="text"/>		
	Note <input type="text"/>		

Espandi Annulla Salva

2.5.4.1. COLONNE DELLE INTESTAZIONI DELLA POSTA IN ARRIVO

- Le mail sono mostrate con informazioni specifiche:
 - mittente
 - oggetto
 - data
 - eventuali allegati
- Nell'elenco vengono visualizzati i seguenti elementi:
 - selezione (uno a tutti)
 - la stella (matita per contrassegnare la mail come speciale)
 - etichetta icona Importante
 - Il nome del mittente
 - l'oggetto del messaggio
 - l'icona della graffetta per indicare la presenza di un allegato
 - la data e l'ora del messaggio



Liceo Scientifico S.

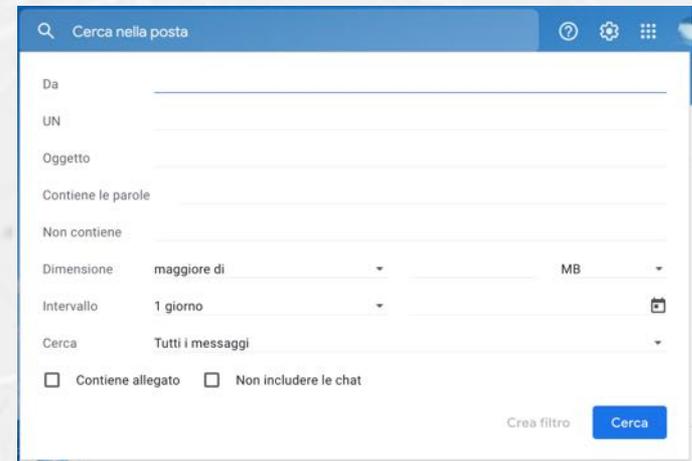
Fwd: Convenzione Alternanza Scuola Lavoro - Si invia ...



9 feb

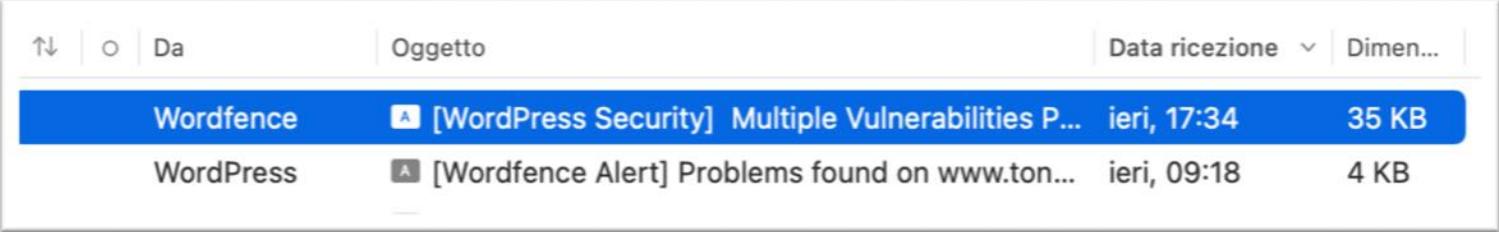
2.5.4.2. CERCARE UN MESSAGGIO

- Per la ricerca di un messaggio c'è una casella di ricerca che può permettere due possibilità di ricerca
 - a) digitando nella stringa direttamente i termini della ricerca oppure:
 - b) cliccando sul triangolo nella stessa stringa si apre una finestra con diverse opzioni di ricerca come destinatario, mittente, parole contenute a non contenute, Dimensione, intervallo temporale, cartella in cui cercare, se contiene un allegato, > **cerca**



2.5.4.3. ORDINARE I MESSAGGI

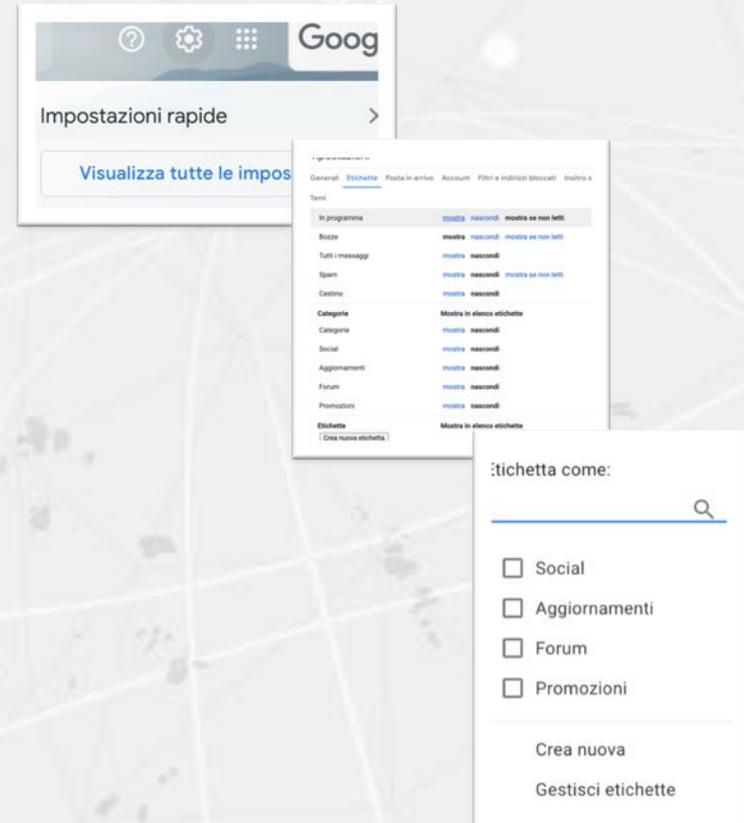
- L'ordine delle mail assicurato da **Gmail** è solo cronologico, mentre altri provider permettono criteri di ordinamento più avanzato, permettendo di ordinare per mittente, in base alla priorità, alla presenza di allegati a meno.



Da	Oggetto	Data ricezione	Dimen...
Wordfence	[WordPress Security] Multiple Vulnerabilities P...	ieri, 17:34	35 KB
WordPress	[Wordfence Alert] Problems found on www.ton...	ieri, 09:18	4 KB

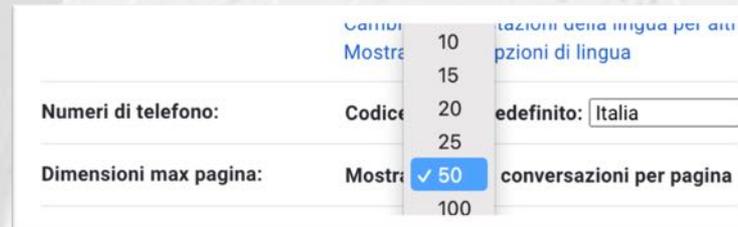
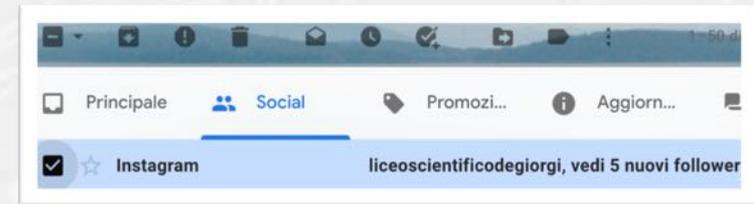
2.5.4.4.A. ETICHETTA/CARTELLA DI POSTA

- Gmail permette di raggruppare le mail usando le **etichette**. Accanto a quelle predefinite (**Posta in arrivo, speciali, Importanti,...**) se ne possono creare altre personalizzate.
- > **Impostazioni** > **visualizza tutte le importazioni** > **Etichette** > **crea nuova etichetta**
- Selezionando il messaggio cliccando sull'icona delle etichette permette di selezionarne una presente o crearne una nuova a una **sottoetichetta**
 - selezionare un messaggio > **etichette** (sceglierne una) > **applica**



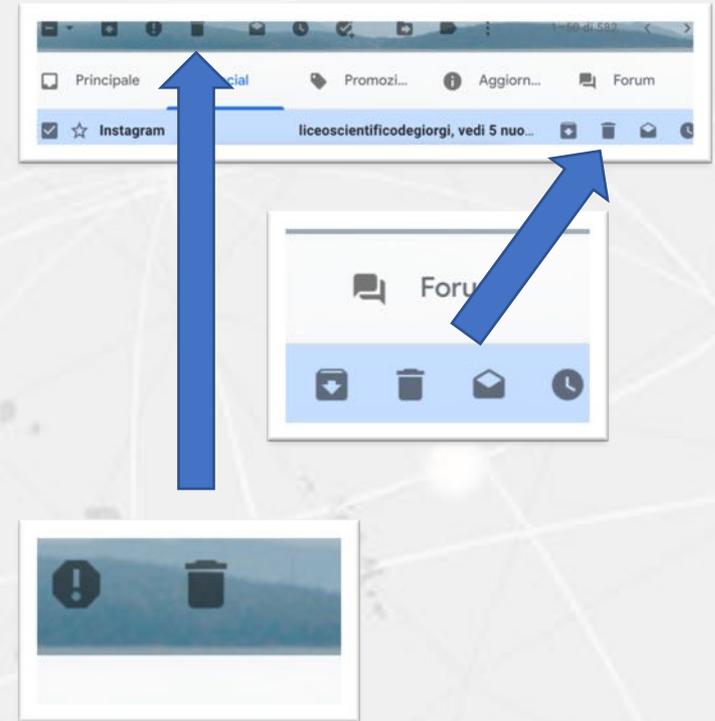
2.5.4.4.B ETICHETTA/CARTELLA DI POSTA

- Una volta marcata la mail si può archiviare all'interno della cartella dell'etichetta
 - > **Etichetta**
 - > **crea nuova > inserisci il nome e nidifica etichetta in...**
 - > **Archivia** (per inviarla nell'apposita cartella).
oppure:
 - > **Sposta in...**
 - > **etichette > crea nuova > gestisci etichette**
- Per visualizzare un certo numero di messaggi
 - > **impostazioni > Visualizza tutte le impostazioni > Dimensioni max pagina.**



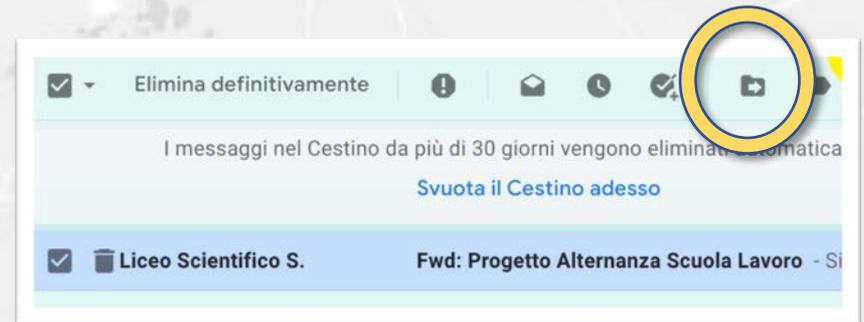
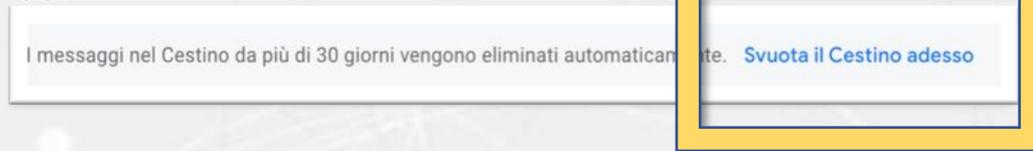
2.5.4.5. ELIMINARE/RECUPERARE UN MESSAGGIO

- I messaggi letti e non utili si possono eliminare.
- Selezionare la mail e cliccare su **elimina** e verrà spostata nel cestino.
- L'eliminazione della mail può avvenire:
 - a) dall'icona che appare lungo la mail che appare selezionando la stesa
 - b) dall'icona presente nella barra degli strumenti



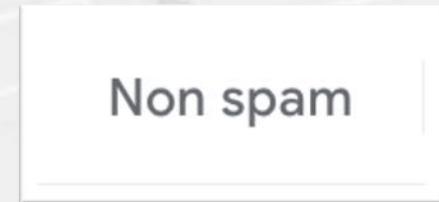
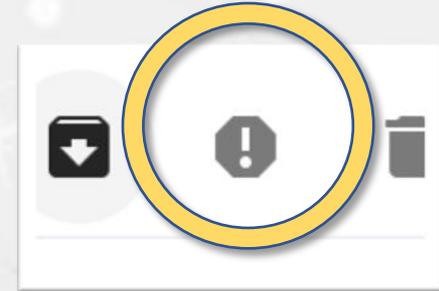
2.5.4.6. SVUOTARE IL CESTINO

- Per eliminarli definitivamente selezionarli nel cestino e cliccare su: **elimina definitivamente**.
- Cliccando: > **svuota il cestino adesso**
Verranno cancellati tutti i messaggi presenti.
- Per **recuperare i messaggi** inseriti nel cestino selezionarlo e cliccare sull'icona **Sposta in** selezionando l'etichetta/cartella di nuova destinazione.



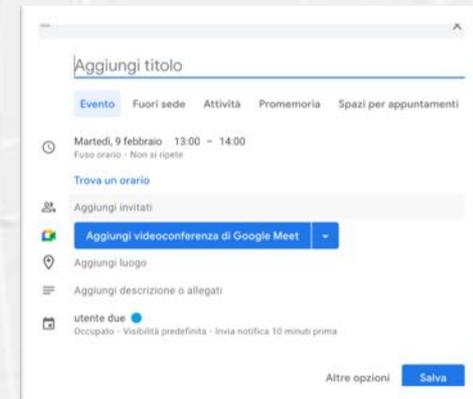
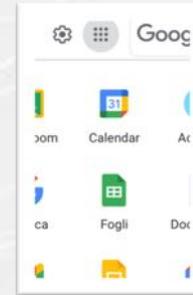
2.5.4.7. POSTA INDESIDERATA/SPAM

- Lo **spamming** è dannazione dell'essere vittima di un'invasione della nostra casetta di mail pubblicitarie.
- **Gmail** ha dei virus filtri che spostano le mail direttamente in una cartella: **SPAM**. Non tutto è filtrato e non tutto ciò che è in questa cartella è realmente spam, quindi va controllata periodicamente.
- si può mancare direttamente manualmente una mail selezionandola e dalla **Barra degli strumenti** cliccare sull'icona **> Segnala come spam**. Da quel momento saranno riconosciute automaticamente come spam.
- Se una mail si trova nella cartella dello spam erroneamente va selezionata e cliccare su **"non spam"** e la mail andrà nella cartella della **posta in arrivo**.



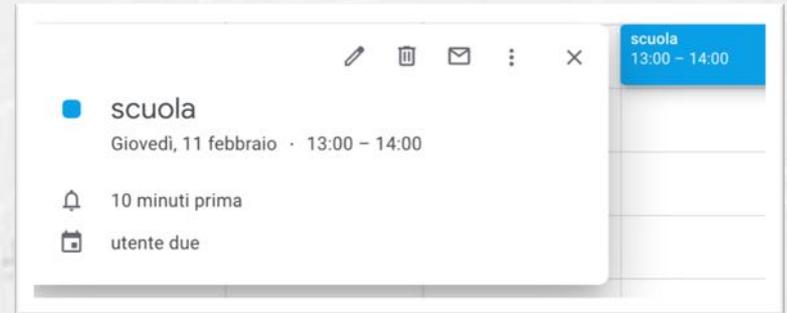
2.5.5.1.A. CREARE, ELIMINARE UN EVENTO IN UN CALENDARIO

- Una App ha quelle più interessante è **CALENDAR**, un calendario per pianificare eventi, riunioni, promemoria, ecc.
- Si accede a **Calendar** dalla icona delle App di **Chrome** dopo aver fatto accesso con le proprie credenziali.
- Per creare un evento:
 - **+ crea** evento creato un evento nell'ora e nel giorno selezionato
- Oppure
 - b) doppio clic su giorno e ora scelti. Riempire tutti i campi e **> Salva**.



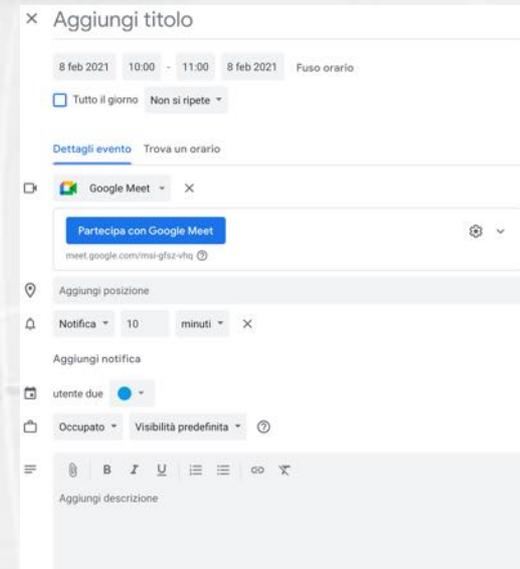
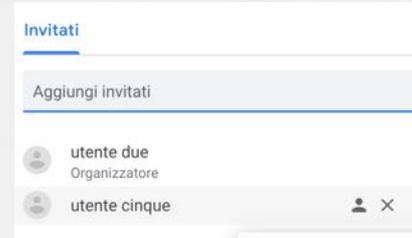
2.5.5.1.B. CREARE, ELIMINARE UN EVENTO IN UN CALENDARIO

- Selezionando l'evento creato si può modificare lo stesso in tutte le sue parti: data, orario, destinatari, calendario,...
- All'evento va inserito su un calendario specifico visto che **Calendar** può ospitare più calendari dell'utente o importate.
- Oltre a modificare l'evento, lo si può anche cancellare. Selezionare l'evento, si aprirà un'anteprima dell'evento con l'icona del cestino.



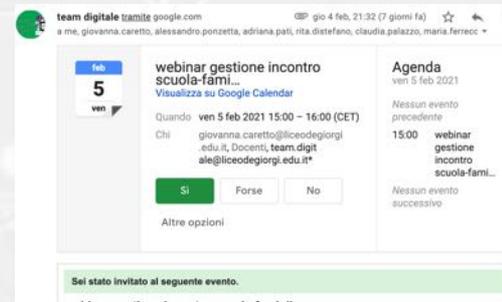
2.5.5.2. INVITATI, RISORSE DA UNA RIUNIONE IN UN CALENDARIO

- All'evento si possono aggiungere degli invitati inserendo la mail dell'ospite o degli ospiti (gruppo). Per rimuoverli cliccare nella **X** accanto alla mail dell'invitato.
- All'interno del riquadro si può aggiungere una descrizione o degli allegati da far giungere agli invitati.



2.5.5.3. ACCETTARE, RIFIUTARE UN INVITO

- Salvando l'evento una mail giungerà ai destinatari che possono accettare rifiutare o manifestare l'indecisione a partecipare all'evento.
L'invito sarà presente anche nel calendario dell'invitata.
- La risposta all'invito sarà notificato anche al proprietario dell'evento. Altra particolarità del calendario è che può essere condiviso con altri utenti in modo che più utenti possano visualizzare a modificare lo stesso calendario:
- > **Impostazioni e condivisione > Impostazioni Calendario**
> **Condividi con persone specifiche**
 - > **+ aggiungi persone** e quindi inserire la mail e specificare le **autorizzazioni..** _a) b) c) d)
- Inoltre **Altri calendari +** per aggiungere Altri calendari e
 - iscriversi al calendario
 - crea un nuovo calendario
 - sfoglia calendari di interne
 - da URL
 - importa



Condividi con persone specifiche

Alcune opzioni di condivisione potrebbero essere state disattivate dall'amministratore per la tua organizzazione.

- Vedere solo disponibile/occupato (nascondi dettagli)
- Vedere tutti i dettagli dell'evento
- Apportare modifiche agli eventi
- Apportare modifiche e gestire opzioni di condivisione