



# SOCIAL NETWORKING: TECHNOLOGIES AND APPLICATIONS

Laurea Specialistica in Ingegneria del Cinema e dei Mezzi di Comunicazione

docente: Gabriella Taddeo

mail: [gabriella.taddeo@polito.it](mailto:gabriella.taddeo@polito.it)



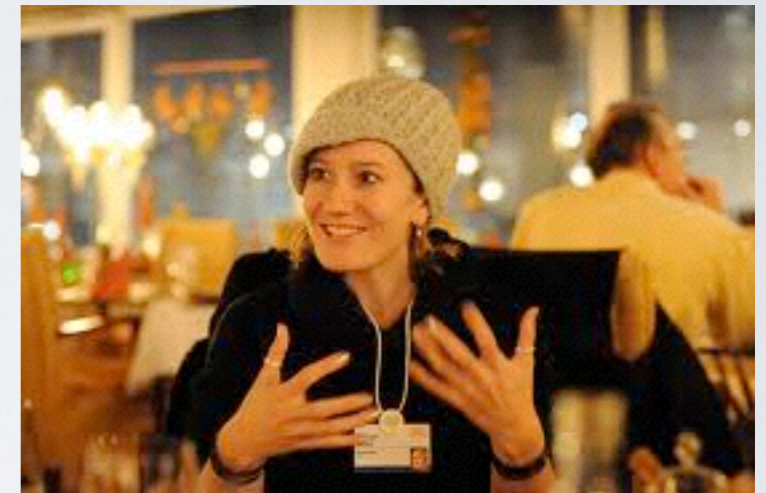
# SOCIAL NETWORK

## Lezione 2: Modelli e linee di sviluppo



# DEFINIZIONE

- Boyd e Ellison(2007) definiscono “Social Network Sites” quei servizi web che permettono:
- la creazione di un **profilo pubblico** o semi-pubblico all'interno di un sistema vincolato
- l'articolazione di una **lista di contatti**
- la possibilità di scorrere il **lifestream** dei propri contatti



# CARATTERISTICHE

- **La persistenza:** le azioni svolte lasciano una traccia, anche a distanza di anni
- **La ricercabilità:** è e sarà sempre più semplice cercare le molliche di pane (messaggi, video, like ecc) che lasciamo.
- **La replicabilità:** le tracce si possono facilmente riprodurre altrove, su diversi supporti. ciascun contenuto può essere decontestualizzato e remixato
- **Il pubblico invisibile:** questi spazi rendono difficile immaginare il pubblico cui ci si rivolge. Inoltre le proprietà della persistenza, ricercabilità e replicabilità consentono la partecipazione di pubblici che non erano nemmeno presenti nel momento in cui ci eravamo espressi

dana boyd <http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>

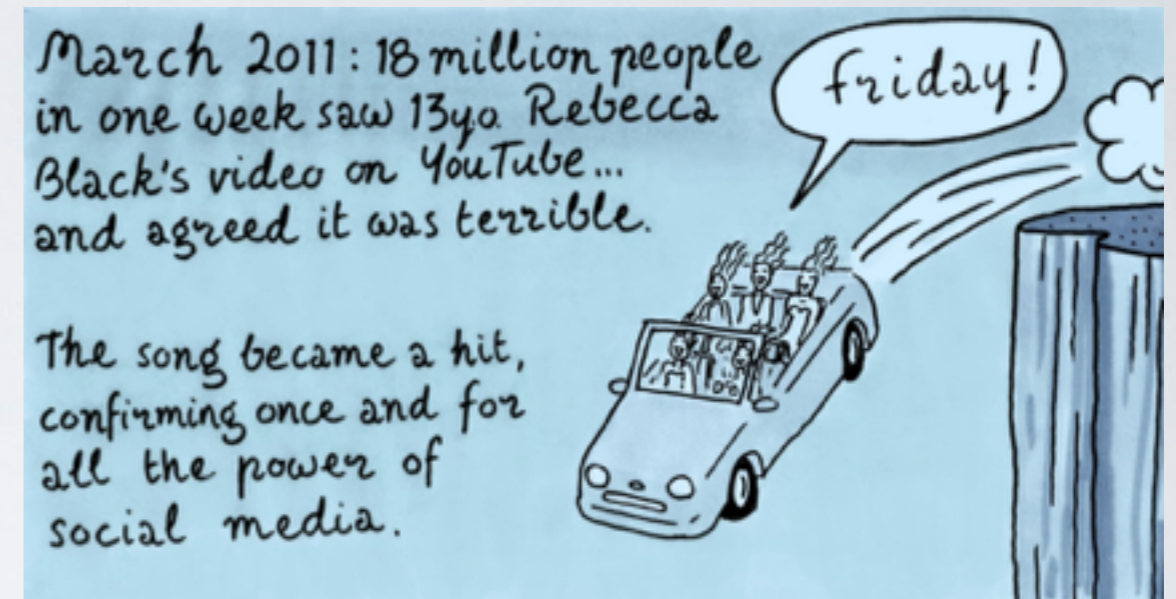
## Launch Dates of Major Social Network Sites



# Timeline

FONTE: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

# Storia a fumetti dei social network



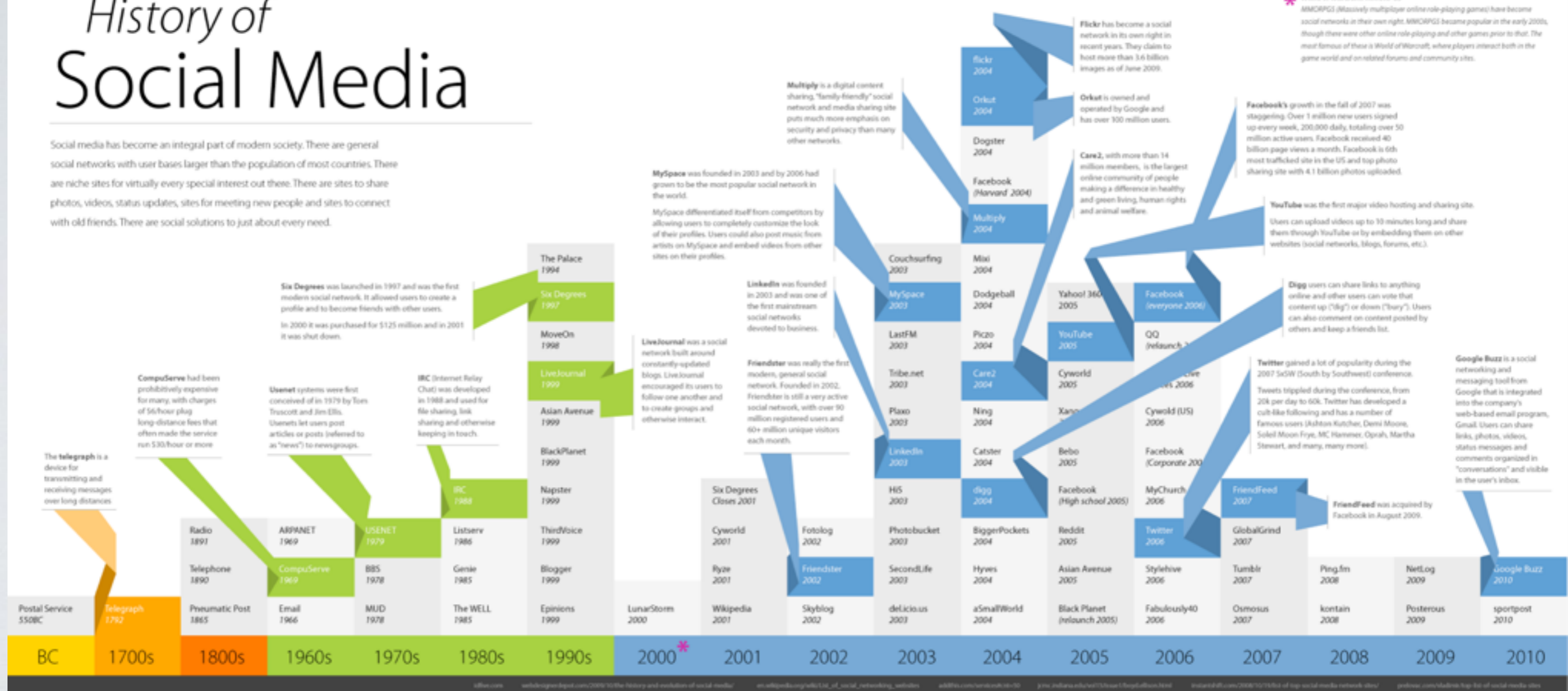
FONTE: <http://blog.peoplebrowsr.com/blog/2011/03/illustrating-the-evolution-of-social-networking-a-history-for-the-media-research-industry/>

# Timeline

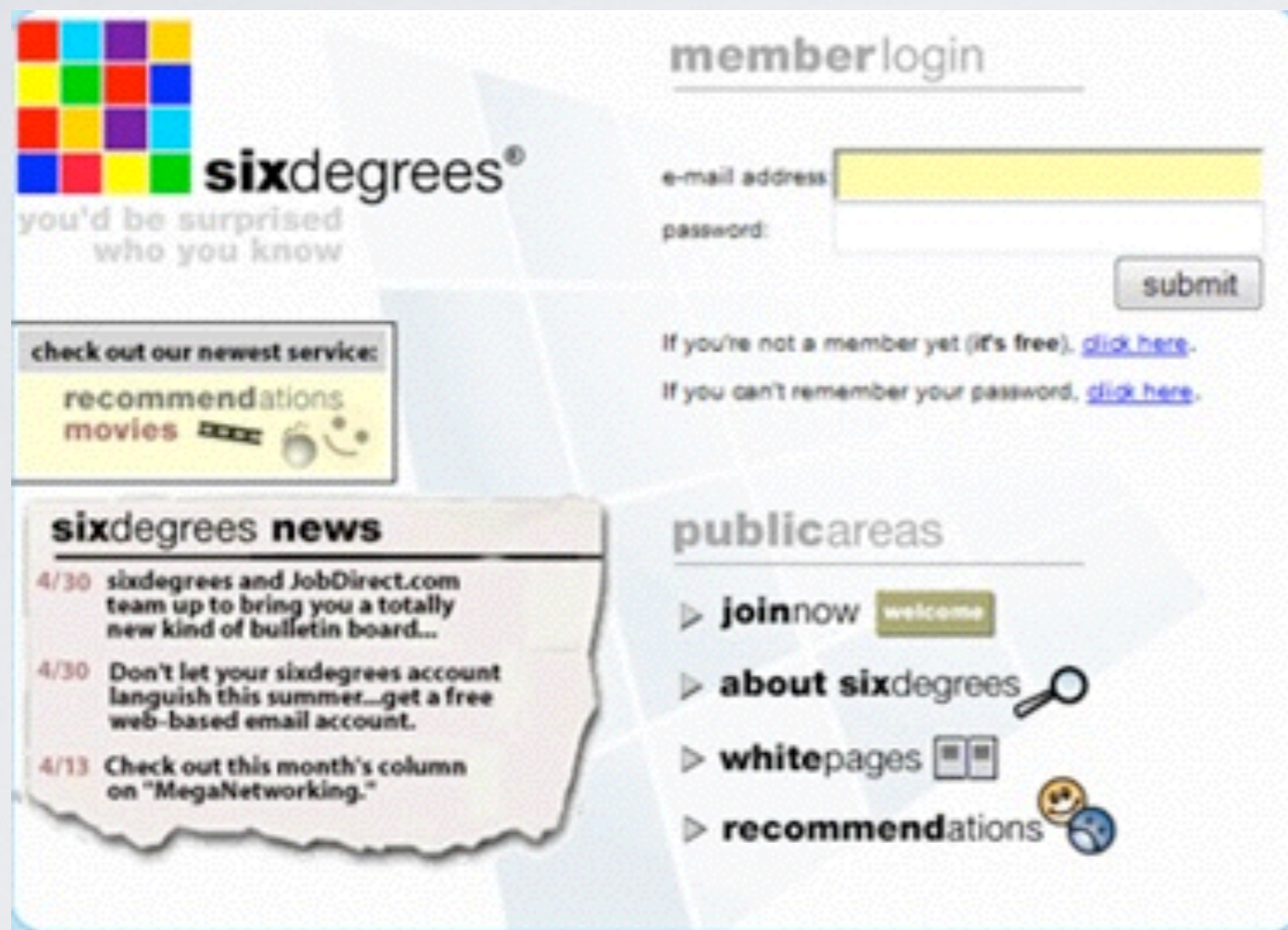
## History of Social Media

Social media has become an integral part of modern society. There are general social networks with user bases larger than the population of most countries. There are niche sites for virtually every special interest out there. There are sites to share photos, videos, status updates, sites for meeting new people and sites to connect with old friends. There are social solutions to just about every need.

**\* World of Warcraft / MMORPGs**  
MMORPGs (Massively multiplayer online role-playing games) have become social networks in their own right. MMORPGs became popular in the early 2000s, though there were other online role-playing and other games prior to that. The most famous of these is World of Warcraft, where players interact both in the game world and on related forums and community sites.



# CASE HISTORIES 1997: SIXDEGREES.COM



Il nome di questo primo social network deriva dalla teoria di Stanley Milgram sui 6 gradi di separazione (1967)



# CASE HISTORIES 2002: FRIENDSTER

The screenshot shows a Friendster profile for Phoebe Lee. At the top, there is a navigation bar with the Friendster logo, a search bar, and links for Home, Profile, Apps, Connections, Explore, Search, Mobile, Classifieds, Jobs, and Find Friends. The profile itself includes a large profile picture of Phoebe, a bio section with details like gender, age, and location, and a list of friends. A recent update section shows she added a new friend. Below the profile is a photo gallery with four albums: 'Look a break fr...', 'HGM's', 'Christy's Birthday', and 'Eli'. A large advertisement for 'Atlantica: Strategic Turn-Based MMORPG' is also visible on the right side of the page.

friendster. powered by Google

Search: Web | Friendster

Select Language: English

Messages | Settings | Help | Log Out

Home Profile Apps Connections Explore Search Mobile Classifieds Jobs Find Friends

**PHOEBE**

**PHOEBE'S FRIENDS**

**PHOEBE'S PHOTO GALLERY**

Atlantica STRATEGIC TURN-BASED MMORPG THE CLASH OF THE TITANS

Friendster nasce come social network per conoscere e flirtare con gli amici degli amici; permetteva di raggiungere nuovi contatti fino a tre gradi di separazione.

# CASE HISTORIES 2003: MYSPACE



Myspace si connota subito per la possibilità di personalizzare totalmente le sue pagine. Diventa in pochi anni “la cameretta virtuale” dei teenager e delle band musicali. Nel 2006 viene acquisito da Murdoch.



# CASE HISTORIES 2007: FACEBOOK



Facebook, nato sul modello degli annali di Harvard, riesce a scalzare il competitor Myspace sfruttando anche la pubblicità negativa che i mass media facevano di Myspace, giudicato luogo di incontri pericolosi per i teenager e spazio di socialità malata.



# CASE HISTORIES: L'EVOLUZIONE DI FACEBOOK

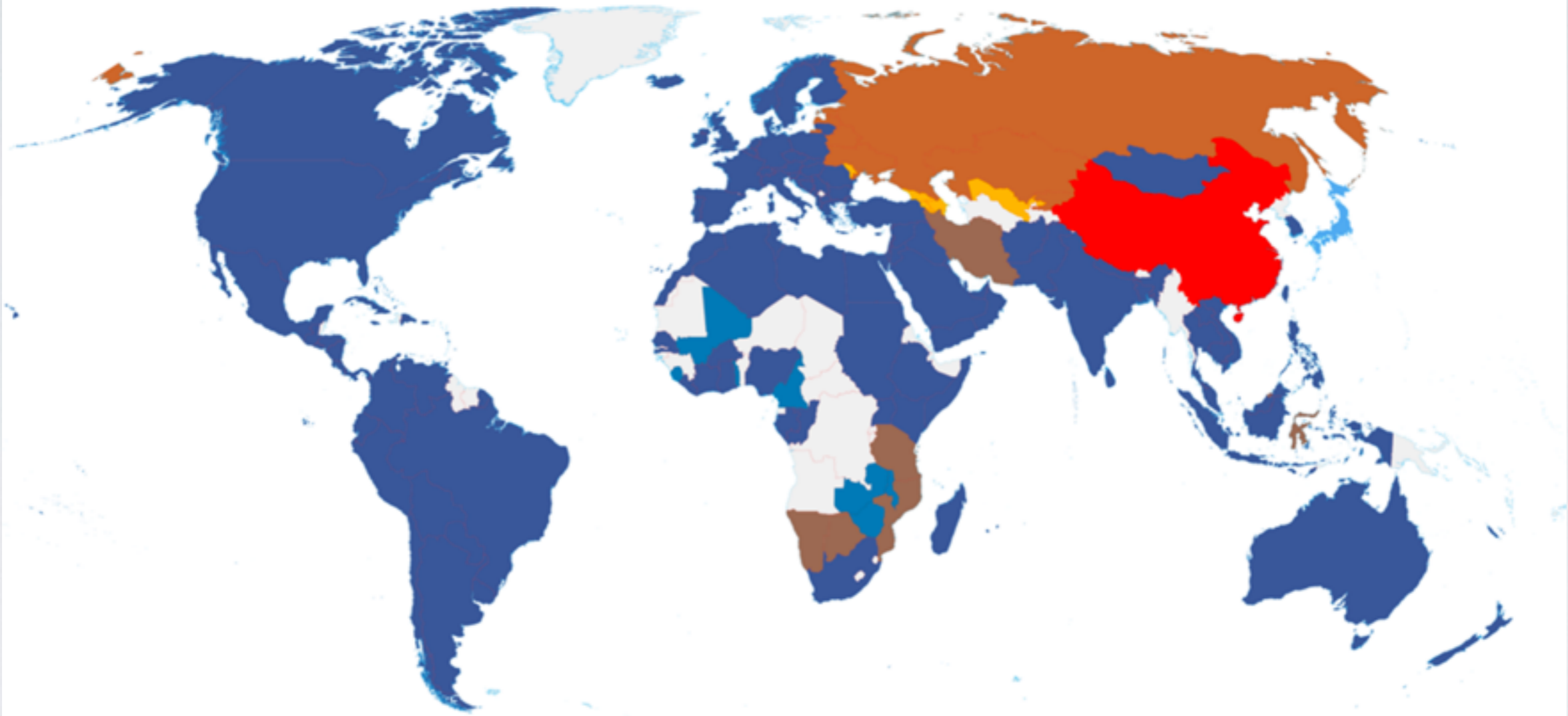


- Il successo di Facebook è dovuto anche alla sua innovazione continua:
- trasformazione delle pagine Fan in I Like;
  - visualizzazione nel wall delle news degli amici;
  - giochi e applicazioni;
  - creazione dei social plug-in per “invadere” il web;
  - differenziazione delle pagine: aziende, gruppi, pagine sociali, cause;
  - personalizzazione della privacy;
  - Facebook places
  - Facebook Messenger
  - Facebook live events



# WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

January 2017



 Facebook

 QZone

 V Kontakte

 Odnoklassniki

 Twitter

 LinkedIn

 Instagram

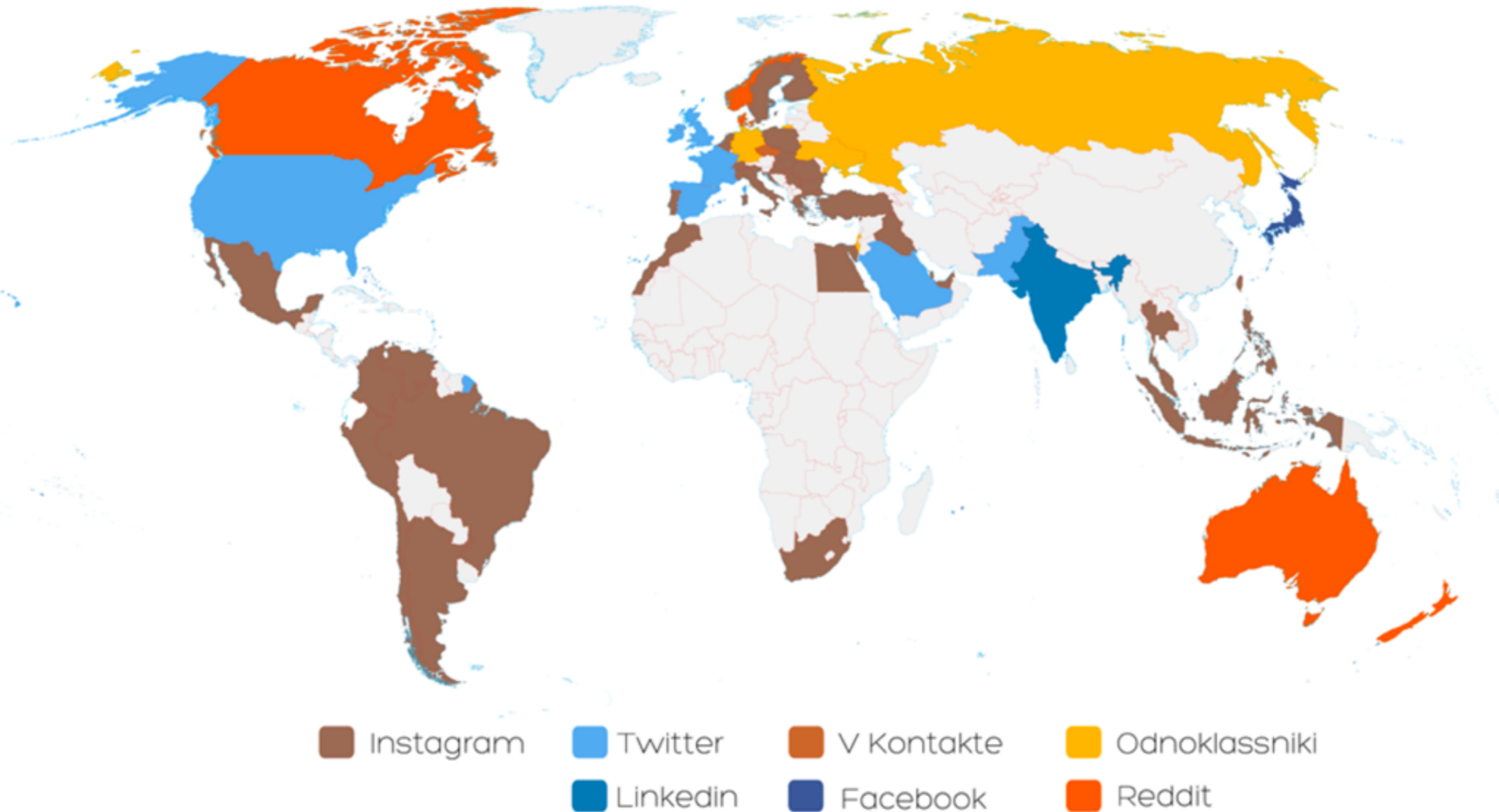
credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

 BY-NC

source: Alexa/SimilarWeb

# WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

Ranked 2nd - January 2017



credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

license: CC-BY-NC

source: SimilarWeb/Alexa

# TENDENZE: GESTIRE LA NOSTRA “SOCIAL MEMORY”





# TENDENZE: IL POTERE DEL VISUALE



Secondo i dati di di ComScore, i visitatori di **Pinterest** sono cresciuti da 1,6 milioni a settembre 2011 fino agli incredibili **11,1 milioni** dello scorso febbraio. E la maggioranza degli utilizzatori, che resta incollata a Pinterest per molto (il tempo medio di permanenza è circa 16 minuti, molto più dei 12,1 minuti su Facebook) è fatta di donne, il 68 per cento, mentre la metà degli utenti ha figli, un target molto appetibile

<http://pinterest.com/landing/>

## TENDENZE: LA “DISLOCATABILITY”

Secondo boyd (2008),  
l'accesso mobile ai SNS  
permette una sempre  
maggiore connettività  
person-to-person.  
Inversamente, nello stesso  
tempo, i social network  
divengono sempre più  
collegati e integrati ai  
luoghi fisici.

Social saranno integrati  
nel cosiddetto “Internet of  
Things”



# TENDENZE: LA “DISLOCATABILITÀ”

Ad esempio Facebook Places permette di condividere la propria posizione e cercare amici in base ai luoghi. Con esso gli attori commerciali possono realizzare dei deals geo-referenziati:

- individual deals
- loyalty deals
- friend deals
- charity deals



**Luoghi**  
Chi, cosa, quando...e ora **Dove:**

**Condividi la tua posizione**

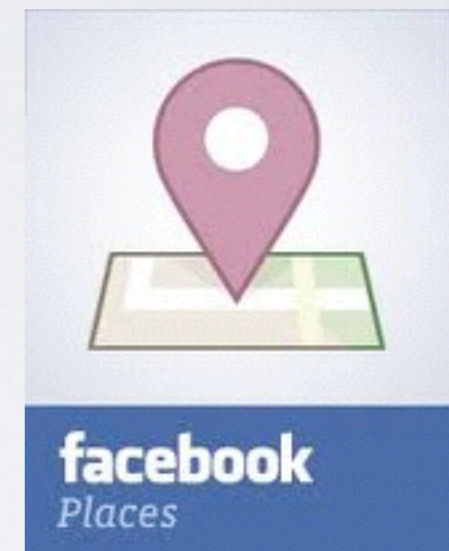
Il miglior concerto di tutti i tempi.  
Condividi facilmente la tua posizione, cosa stai facendo e gli amici con cui ti trovi direttamente dal cellulare.

- Registrati e il tuo aggiornamento comparirà nella Pagina del luogo, nella sezione Notizie dei tuoi amici e sulla tua bacheca.
- Tagga gli amici che si trovano con te in modo da includerli nel tuo aggiornamento.
- Mostrami quando gli amici e le altre persone registrate nelle

**Connettiti con gli amici nelle vicinanze**

"Sono qui, a pochi passi!"  
Sfrutta ogni occasione per connetterti con i tuoi amici quando vi trovate nello stesso posto contemporaneamente.

- Vedi gli aggiornamenti di stato degli amici registrati nelle vicinanze.
- Dopo la registrazione, tocca "Qui in questo momento" per vedere le altre persone che si sono registrate nello stesso posto.



# TENDENZE: DISTINGUERE “LE CERCHIE”



Dopo il flop di Buzz, Google ci riprova con Google +: la novità è una gestione dinamica delle proprie “cerchie sociali”

# TIPOLOGIE DI SNS

- Incentrate sugli **utenti** (Myspace)
- Incentrate sulle **relazioni e interessi** (Dogster, Couchsurfing, Care 2, Whatpad)
- Incentrate sui **contenuti** (es Flickr, Spotify, Youtube).





# FRIEND-DRIVEN O CONTENT-DRIVEN NETWORKS ?

- Secondo dana boyd (2002), la peculiarità di questi siti è comunque quella di mettere la relazione al centro: anche quando il network è basato su contenuti, il meccanismo è che i contenuti provenienti dalla propria rete di amici sono i più interessanti.
- Mentre quindi negli anni Novanta le comunità on line iniziavano dai contenuti, per poi arrivare eventualmente ad amicizie reali, oggi i Social Network iniziano i processi dal concetto di amicizia.



# FRIEND-DRIVEN O CONTENT-DRIVEN NETWORKS ?

Oggi il doppio approccio

The screenshot shows the Twitter interface for the 'Who to follow' section. The top navigation bar includes the Twitter logo, a search bar, and links for Home, Profile, Messages, and Find People. The user's name 'briansolis' is visible in the top right.

The main section is titled 'Who to follow' and includes a search bar and three tabs: 'View Suggestions', 'Browse Interests', and 'Find Friends'. Below this, there is a prompt: 'Select the topics you are interested in. Find a few people you want to hear from, then follow them.' A list of topics is provided: Art & Design, Books, Business, Charity, Deals & Discounts, Entertainment, Family, Fashion, Food & Drink, Funny, Health, Music, News, Politics, Science, Sports, Staff Picks, Technology, Travel, and Twitter.

Three categories of suggestions are shown:

- Art & Design (56 suggestions):** Includes 'Andy Warhol Museum' (@TheWarholMuseum) and 'Design Milk' (@designmilk).
- Books (72 suggestions):** Includes 'Publishers Weekly' (@PublishersWkly) and 'Brook Busey' (@diablo Cody).
- Business (65 suggestions):** Includes 'Real Time Economics' (@WSJ\_Econ) and 'Personal Finance' (@WSJPersFinance).

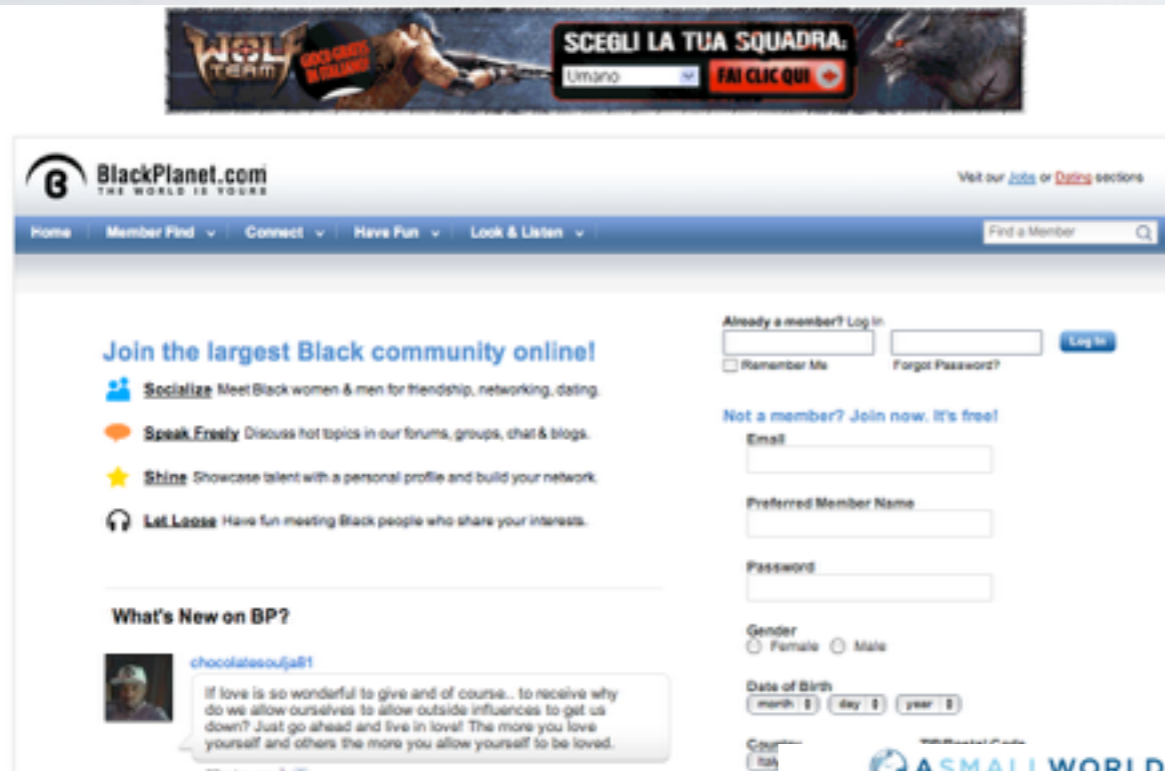
On the right side, there are two sections:

- You recently followed:** A row of profile pictures with a 'View All' link.
- Similar to Suzanne Marlatt:** Lists 'EdelmanSF' (Edelman San Francisco) and 'lavrusik' (Vadim Lavrusik).

At the bottom right, there is a section for 'You recently viewed' with a 'Clear' link, listing profiles like 'SeeboldMarCom', 'OncJournal', 'amykramer', 'AllyInLA', 'kuhn', and 'amydobrzynski'. Below this is an 'Invite Friends' section with the text: 'Not finding who you're looking for? Invite friends to Twitter via email. See what you'll send them.'



# SOCIAL NETWORKS DI NICCHIA



**BlackPlanet.com**  
THE WORLD IS YOURS

Home Member Find Connect Have Fun Look & Listen Find a Member

**Join the largest Black community online!**

- Socialize** Meet Black women & men for friendship, networking, dating.
- Speak Freely** Discuss hot topics in our forums, groups, chat & blogs.
- Shine** Showcase talent with a personal profile and build your network.
- Let Loose** Have fun meeting Black people who share your interests.

**What's New on BP?**

**chocolatesoulja81**  
If love is so wonderful to give and of course.. to receive why do we allow ourselves to allow outside influences to get us down? Just go ahead and live in love! The more you love yourself and others the more you allow yourself to be loved.

Already a member? Log in:    Remember Me [Forgot Password?](#)

Not a member? Join now. It's free!

Email:

Preferred Member Name:

Password:

Gender:  Female  Male

Date of Birth:  /  /

Country:



**beautifulpeople.com**  
online dating

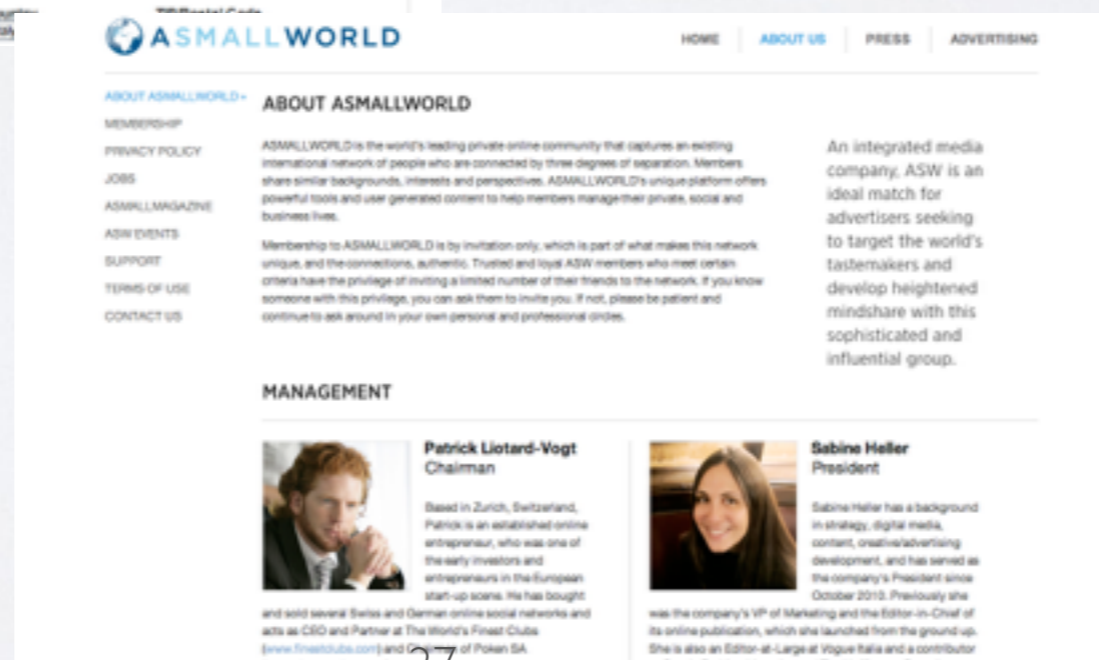
E-Mail:  Password:    Remember me [Forgot password?](#)

**Welcome to BeautifulPeople.com**

Online dating for beautiful people only.

Connect instantly with beautiful men and women in your local area and from around the world.

[Create free membership here](#)



**ASmallWorld** HOME ABOUT US PRESS ADVERTISING

**ABOUT ASmallWorld**

**MEMBERSHIP**  
ASmallWorld is the world's leading private online community that captures an existing international network of people who are connected by three degrees of separation. Members share similar backgrounds, interests and perspectives. ASmallWorld's unique platform offers powerful tools and user generated content to help members manage their private, social and business lives.

**AN INTEGRATED MEDIA COMPANY.** ASW is an ideal match for advertisers seeking to target the world's tastemakers and develop heightened mindshare with this sophisticated and influential group.

**MANAGEMENT**

**Patrick Liotard-Vogt**  
Chairman  
Based in Zurich, Switzerland, Patrick is an established online entrepreneur, who was one of the early investors and entrepreneurs in the European start-up scene. He has bought and sold several Swiss and German online social networks and acts as CEO and Partner at The World's Finest Clubs ([www.fineclubs.com](#)) and Director of Poken SA ([www.poken.com](#)).

**Sabine Heller**  
President  
Sabine Heller has a background in strategy, digital media, content, creative/advertising development, and has served as the company's President since October 2010. Previously she was the company's VP of Marketing and the Editor-in-Chief of its online publication, which she launched from the ground-up. She is also an Editor-at-Large at Vogue Italia and a contributor to French fashion magazine and the author of the book...

# VERSO I SOCIAL NETWORK PER POCHI INTIMI?



[http://www.nytimes.com/2011/05/10/technology/  
10social.html?\\_r=2&ref=technology](http://www.nytimes.com/2011/05/10/technology/10social.html?_r=2&ref=technology)

# SOCIAL NETWORK DI COMUNITA' E PROXIMITY NETWORK



<https://nextdoor.com/>



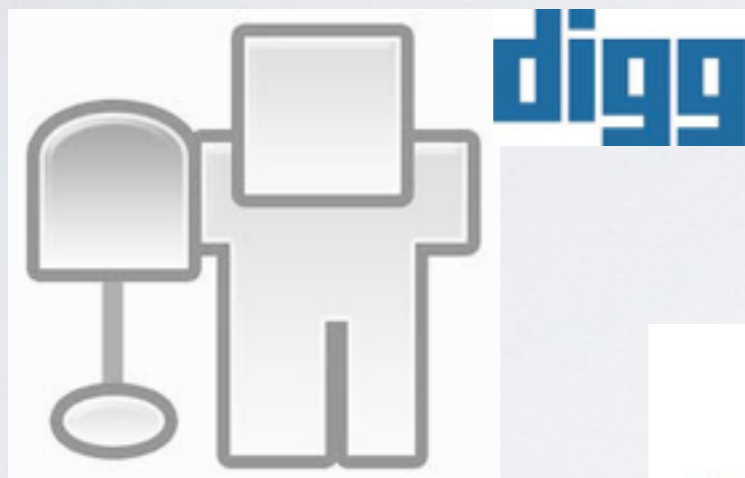
# CLASSIFICAZIONE IN BASE ALLA FUNZIONE

- Social media graphs
- Microblogging
- Social media search e management tools
- Mobile social media
- Social rankings e vertical social networks
- Social Business
- Social Television
- Social Gaming



# SOCIAL RANKINGS

Fare network  
attraverso i  
propri gusti,  
(oppure  
coltivare i  
propri gusti  
attraverso il  
network)



# GEO-SOCIAL NETWORK:

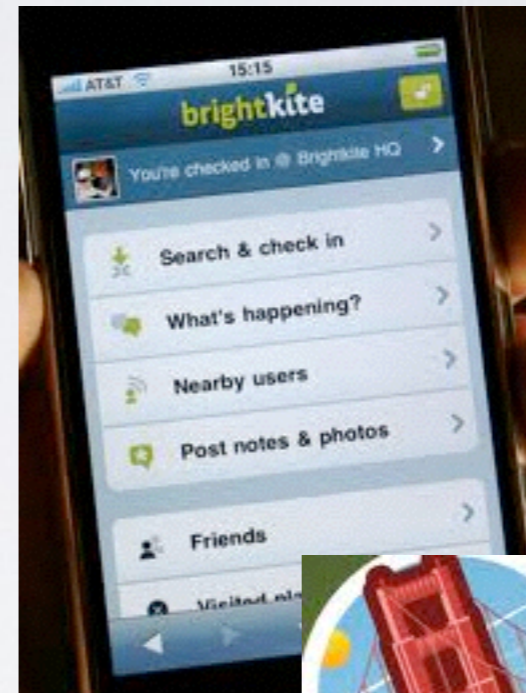
## TIMELINE





# LOCATION MOBILE SOCIAL NETWORK

- Brightkite ([www.brightkite.com](http://www.brightkite.com))
- Aka-Aki ([www.aka-aki.com](http://www.aka-aki.com))
- Mobiluck ([www.mobiluck.com.en](http://www.mobiluck.com.en))
- Foursquare ([www.foursquare.com](http://www.foursquare.com))
- Gowalla (<http://gowalla.com>)
- Pokemon GO



# SOCIAL GAMING

Si definiscono “Social games” i giochi basati sull’interazione sociale. A partire dai MMORPG (massively multiplayer online playing games), come *World of Warcraft*, fino ai giochi di Facebook, come *Farmville*

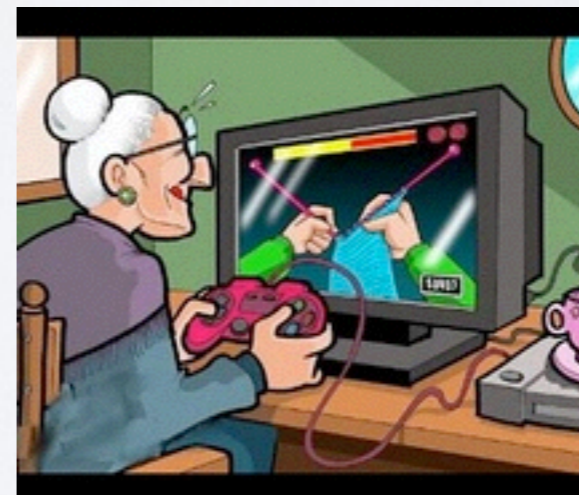


# SOCIAL GAMES

Il 52% degli adulti americani gioca on line e il 21% gioca regolarmente.

Grandi attori, come Playfish e Zinga, hanno stretto accordi in merito.

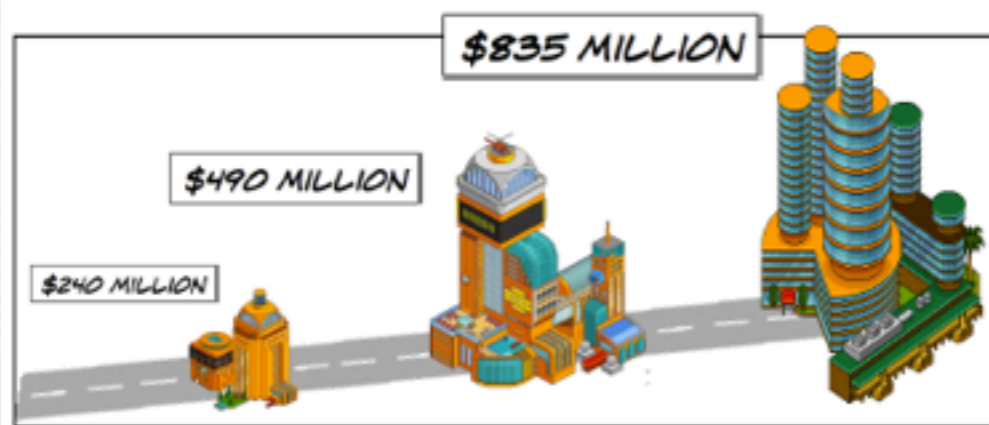
Nel 2010 il volume di affari ha raggiunto 1 bilione di dollari: una crescita vertiginosa rispetto ai 500 milioni del 2009 e ai 100 milioni del 2008.



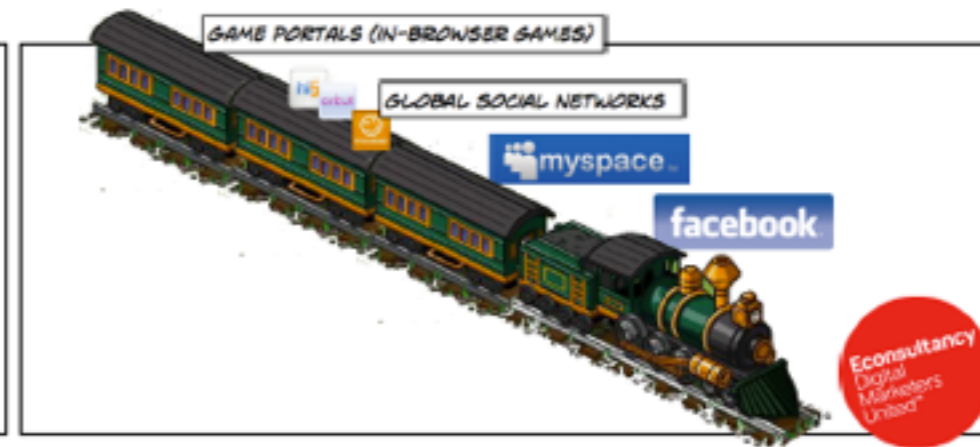
# SOCIAL GAMES



Social gaming market: 2008 - 2010



Social games distribution



FONTE: <http://econsultancy.com/uk/reports/infographic-the-state-of-social-gaming>

# SOCIAL LEARNING

<http://www.sociallearning.it/tag/sociallearning>

Figura 1  
**Evoluzione dei sistemi di apprendimento**

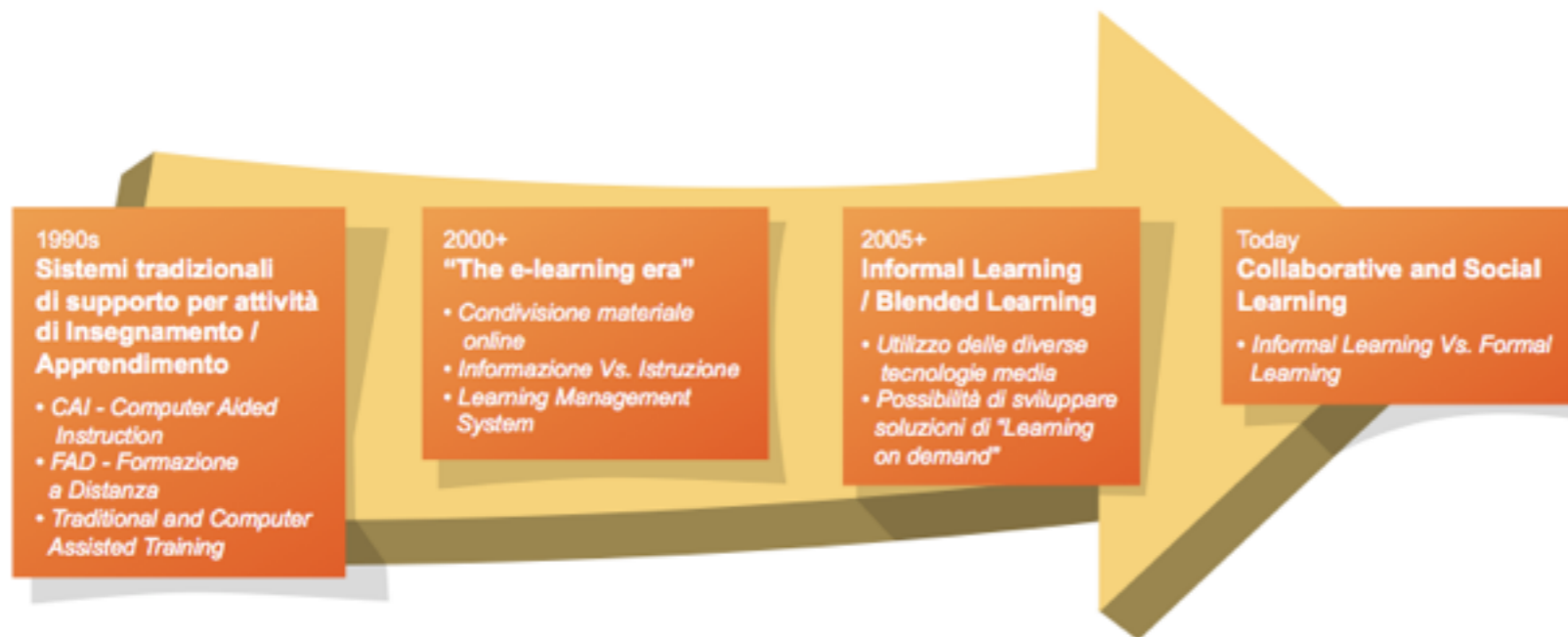
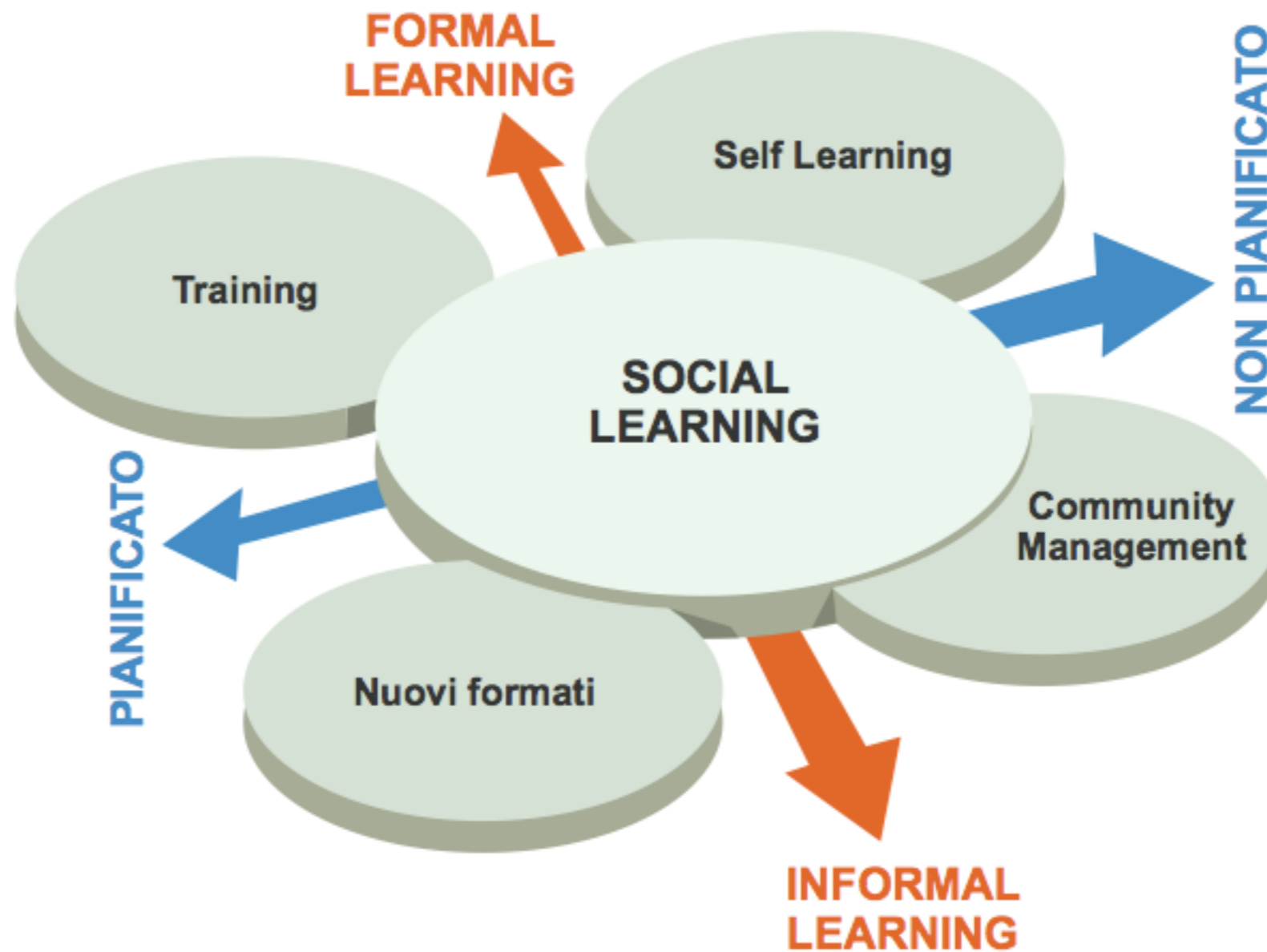


Figura 2

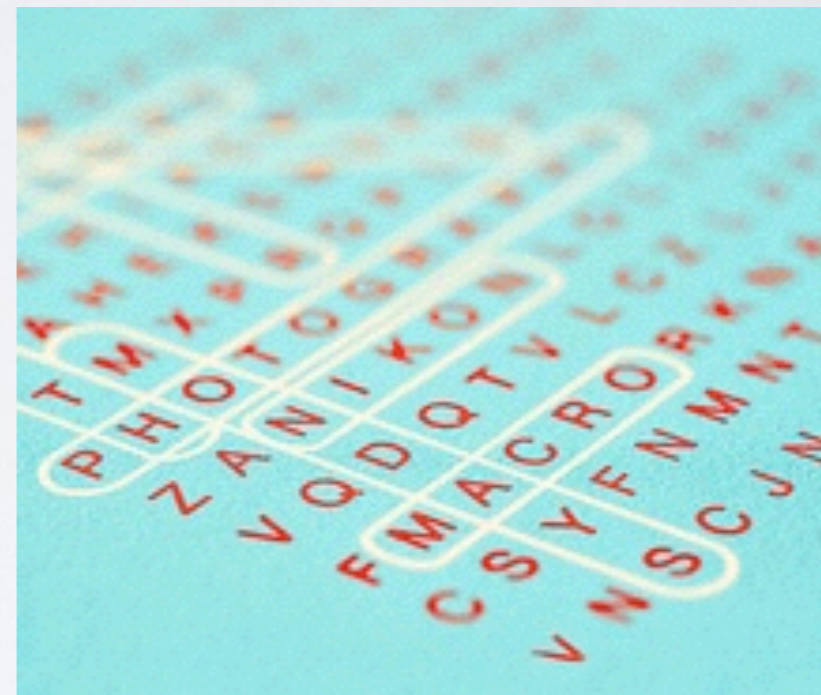
**Dimensioni che costituiscono un ambiente di Social Learning**



# SOCIAL MEDIA SEARCH

Con l'emergere dei social networks nascono anche motori di ricerca dedicati. Attualmente questi motori di ricerca esplorano i social networks solo in base al testo. Alcuni tra i più conosciuti sono:

- Spy (<http://spy.appspot.com>)
- SamePoint, ([www.samepoint.com](http://www.samepoint.com))
- SocialMention, ([www.socialmention.com](http://www.socialmention.com))
- WhosTalkin, ([www.whostalkin.com](http://www.whostalkin.com))



# SOCIAL TV

Per social television si intendono tecnologie che permettono interazioni sociali durante la visione della tv.

Dal punto di vista delle devices, l'interazione non avviene più tramite telecomando o mouse, ma tramite le stesse interfacce dei giochi e/o interfacce aptiche (Playstation, Wii, Kinect)

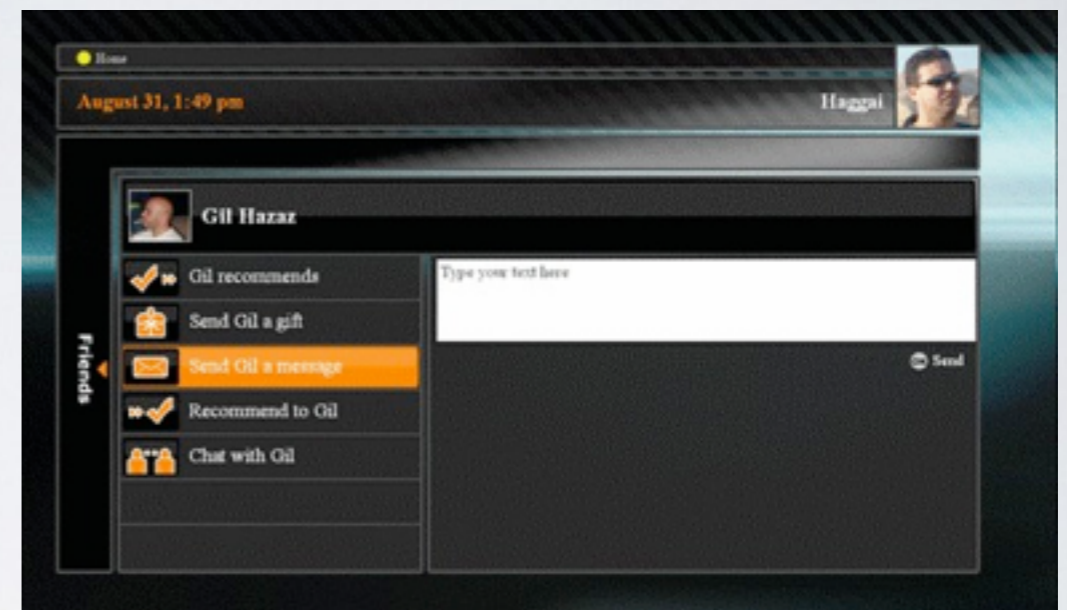
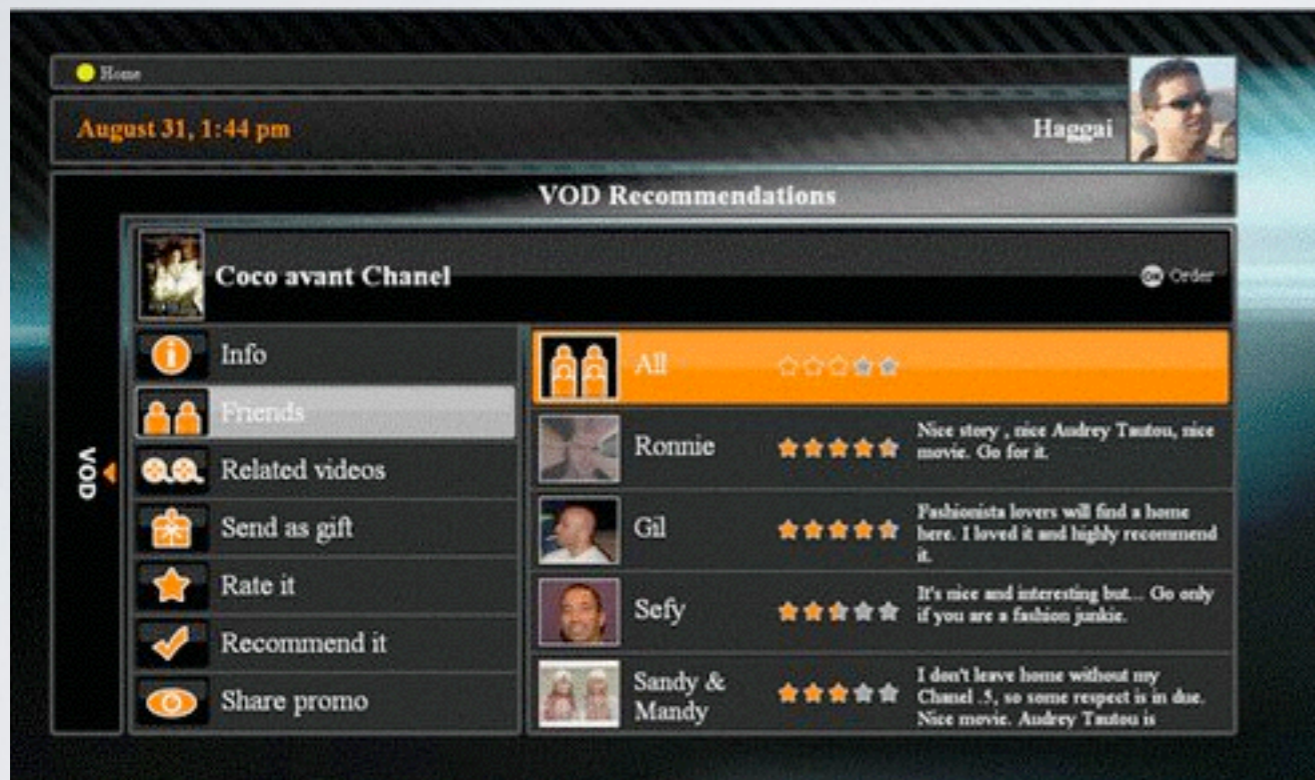




# SOCIAL TV

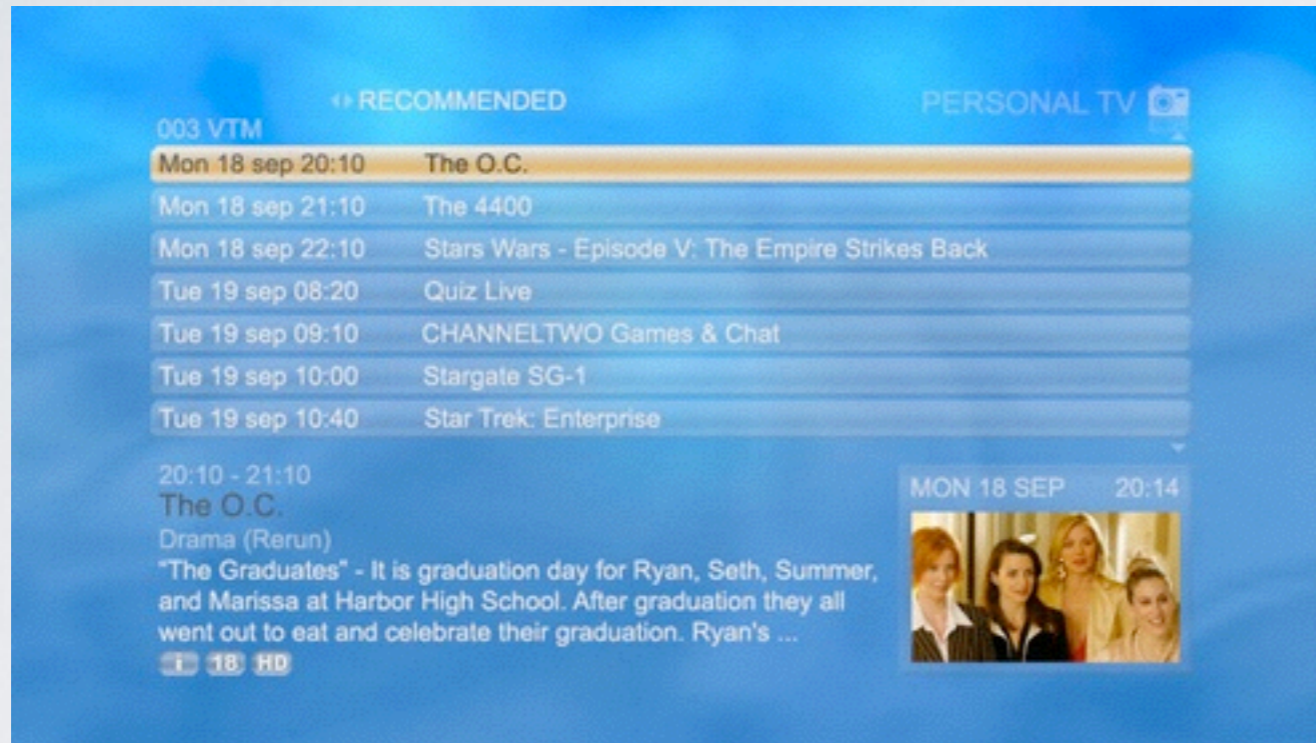


# SOCIAL TV: ORCA INTERACTIVE



[http://www.masternewmedia.org/it/2010/02/24/la\\_tv\\_online\\_incontra\\_i\\_social\\_media.htm](http://www.masternewmedia.org/it/2010/02/24/la_tv_online_incontra_i_social_media.htm)

# SOCIAL TV: ZAPPWARE



[http://www.masternewmedia.org/it/2010/02/24/la\\_tv\\_online\\_incontra\\_i\\_social\\_media.htm](http://www.masternewmedia.org/it/2010/02/24/la_tv_online_incontra_i_social_media.htm)

Interfacce social tv come zappware permettono di:

- Vedere cosa stanno guardando in TV,
- scambiare la lista dei programmi TV e film VOD preferiti,
- consigliare programmi TV o film VOD,
- inviare in regalo ai propri amici film VOD,
- sintonizzare il proprio monitor TV su quello di qualcun altro e guardare ciò che l'altro sta guardando.

# UNIVERSO SOCIAL NETWORKS

<http://mashable.com/2007/10/23/social-networking-god/>



**CarGurus** BMW 328 Overview

BMW 328 Summary Overview Pictures Reviews

**2007 BMW 328**

 2007 BMW 328 Pictures

MSRP: \$32,400 - \$43,200  
Invoice: \$29,810 - \$39,745

User Reviews: 6 reviews, 2 owners  
Write a review  
Upload a photo



Where families click.

Connect, organize and simplify your family's everyday life.

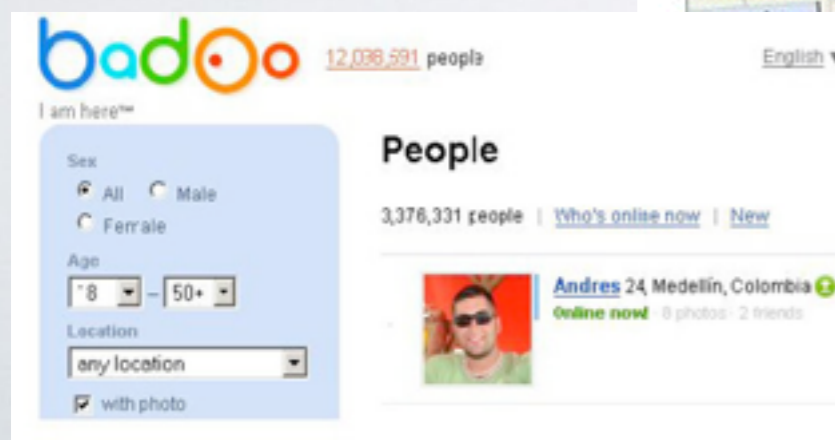
12 SHARED CALENDARS Watch a Video Tour!



booksconnect  
of the book community



Find the people you know from:




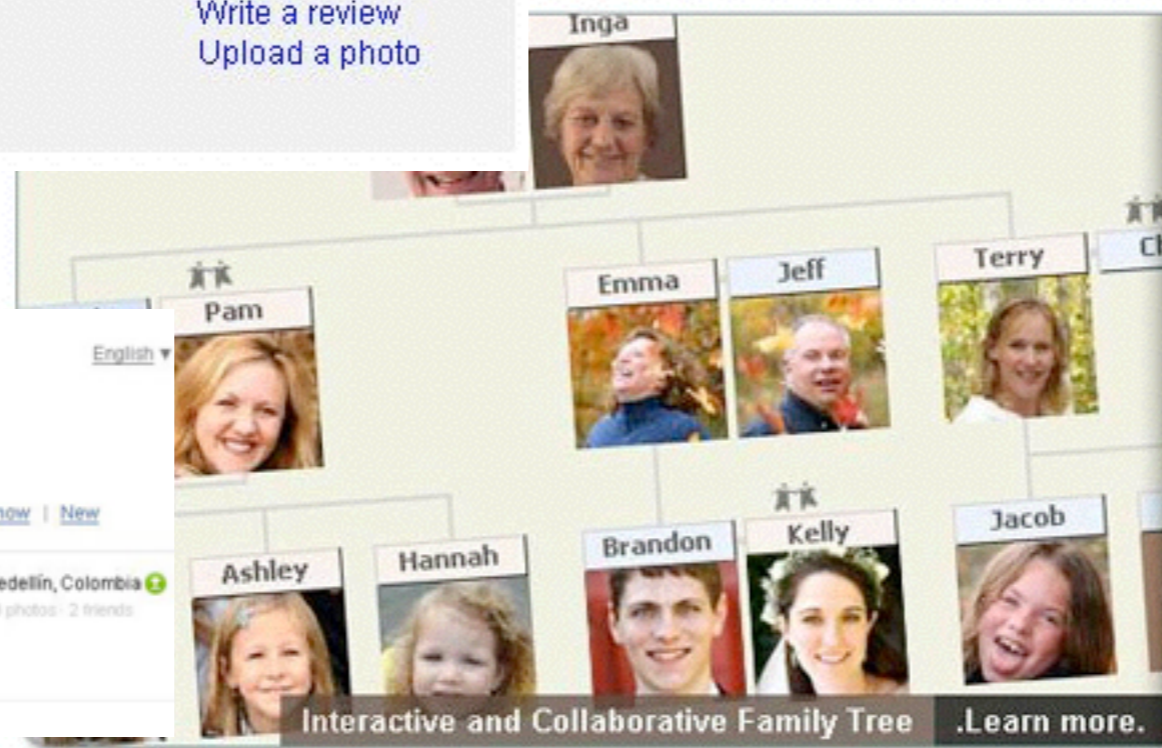
**badoo** 12,038,591 people

I am here™

Sex: All, Male, Female  
Age: 18 - 50+  
Location: any location  
 with photo


**People**  
3,376,331 people | Who's online now | New


 **Andres** 24 Medellín, Colombia  
Online now 8 photos 2 friends



Interactive and Collaborative Family Tree .Learn more.

Family members shown: Inga, Pam, Emma, Jeff, Terry, Ashley, Hannah, Brandon, Kelly, Jacob

Your company 

Your school 

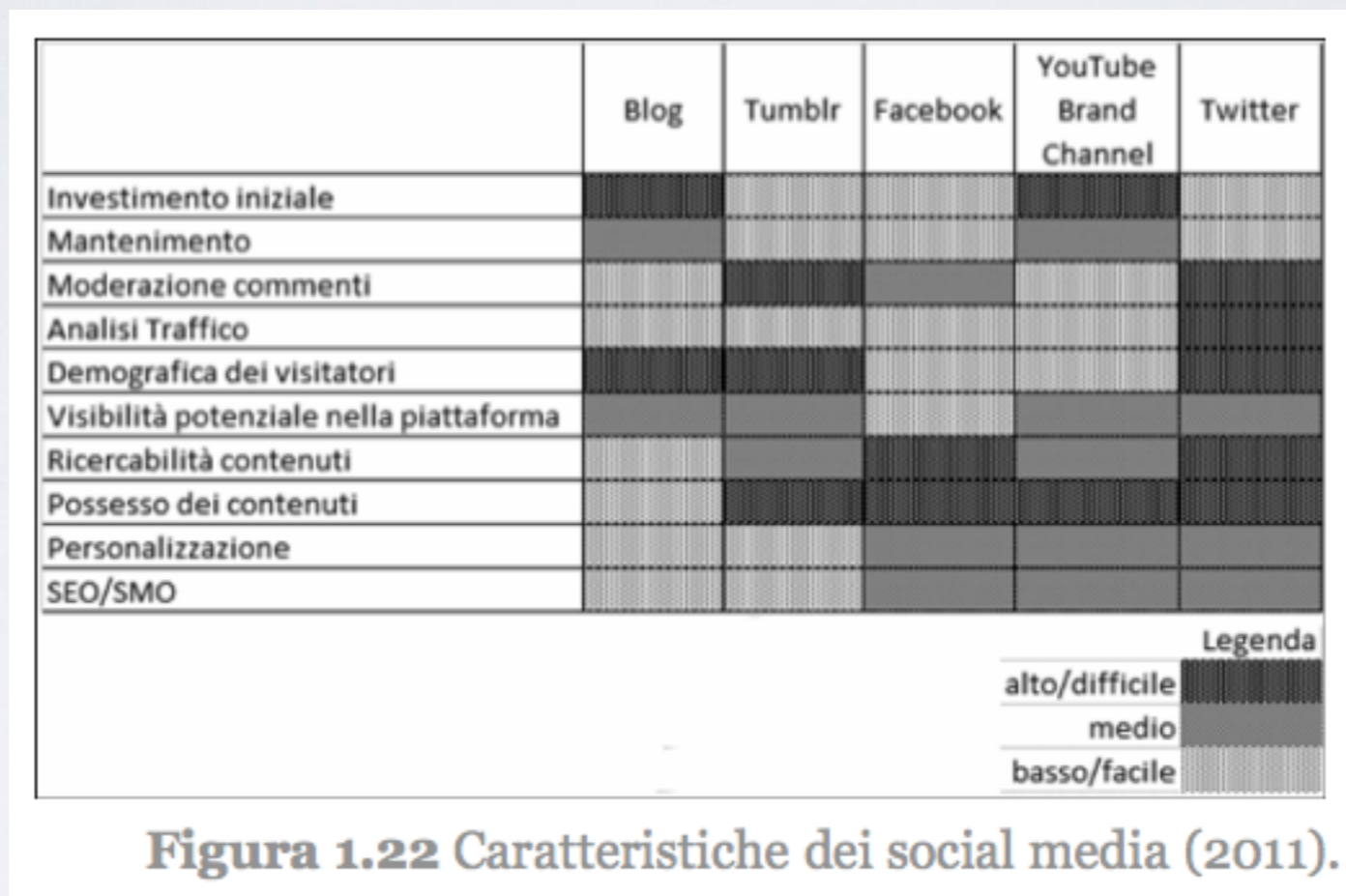
Mashable  
e.g., Google, Procter & Gamble, Bank of America

Your school name  
e.g., Stanford, Penn State, University of Cambridge

# GRIGLIA ANALISI SOCIAL NETWORK

<b>nome social network</b>	utente tipo (età, genere, categoria professionale)	tipo relazioni tra utenti (simmetrico/asimmetrico)	elenco funzionalità implementate (es. forum, sharing, dating, calendar, wall, ecc)	tipo contenuti pubblicati	categoria di social network	specificità rispetto agli altri SNS	bisogni soddisfatti	eventuali limiti

# CARATTERISTICHE DEI SOCIAL MEDIA



**Fonte:** Vincenzo Cosenza <http://www.vincos.it>