



# 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)

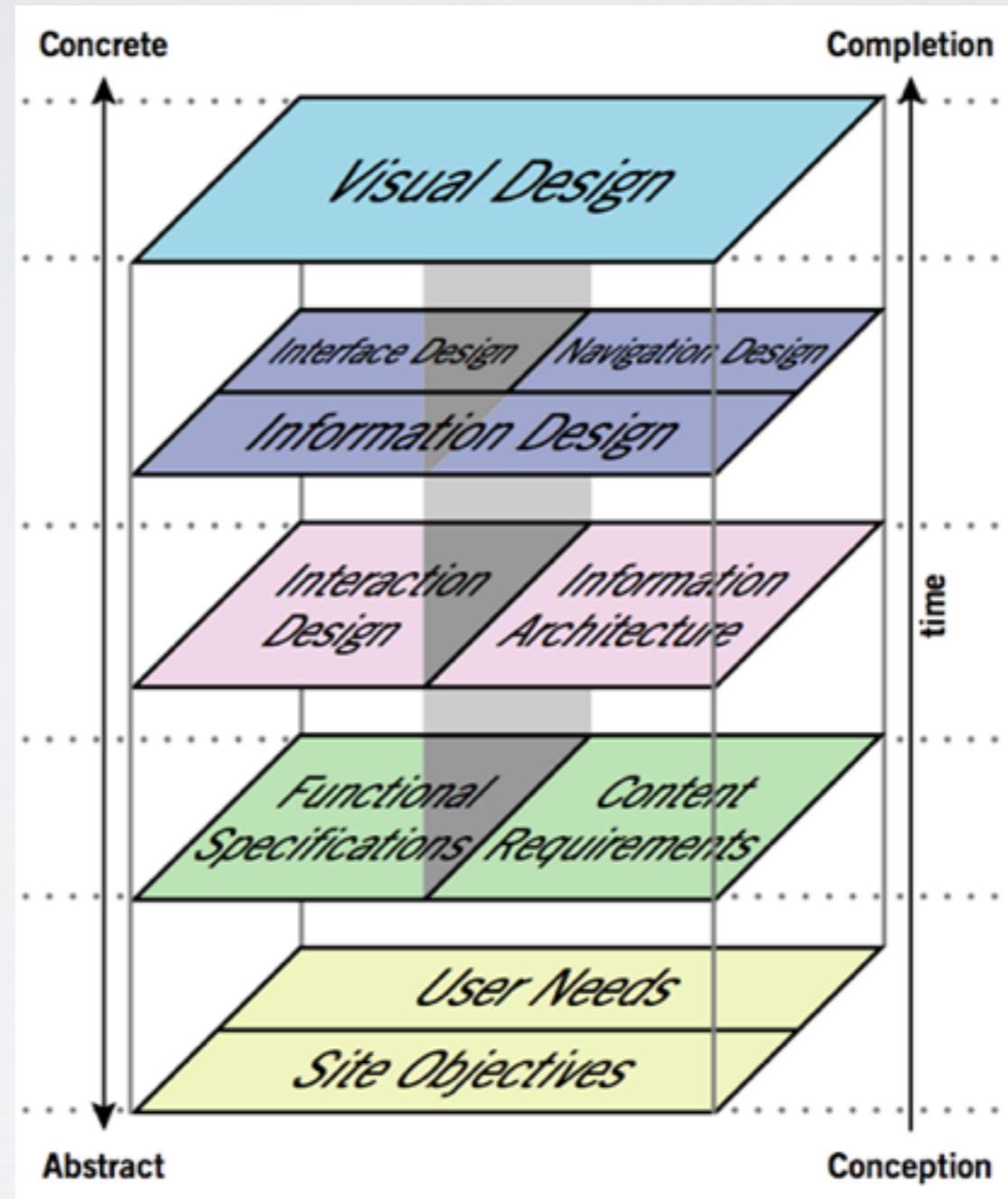


# SOCIAL NETWORK

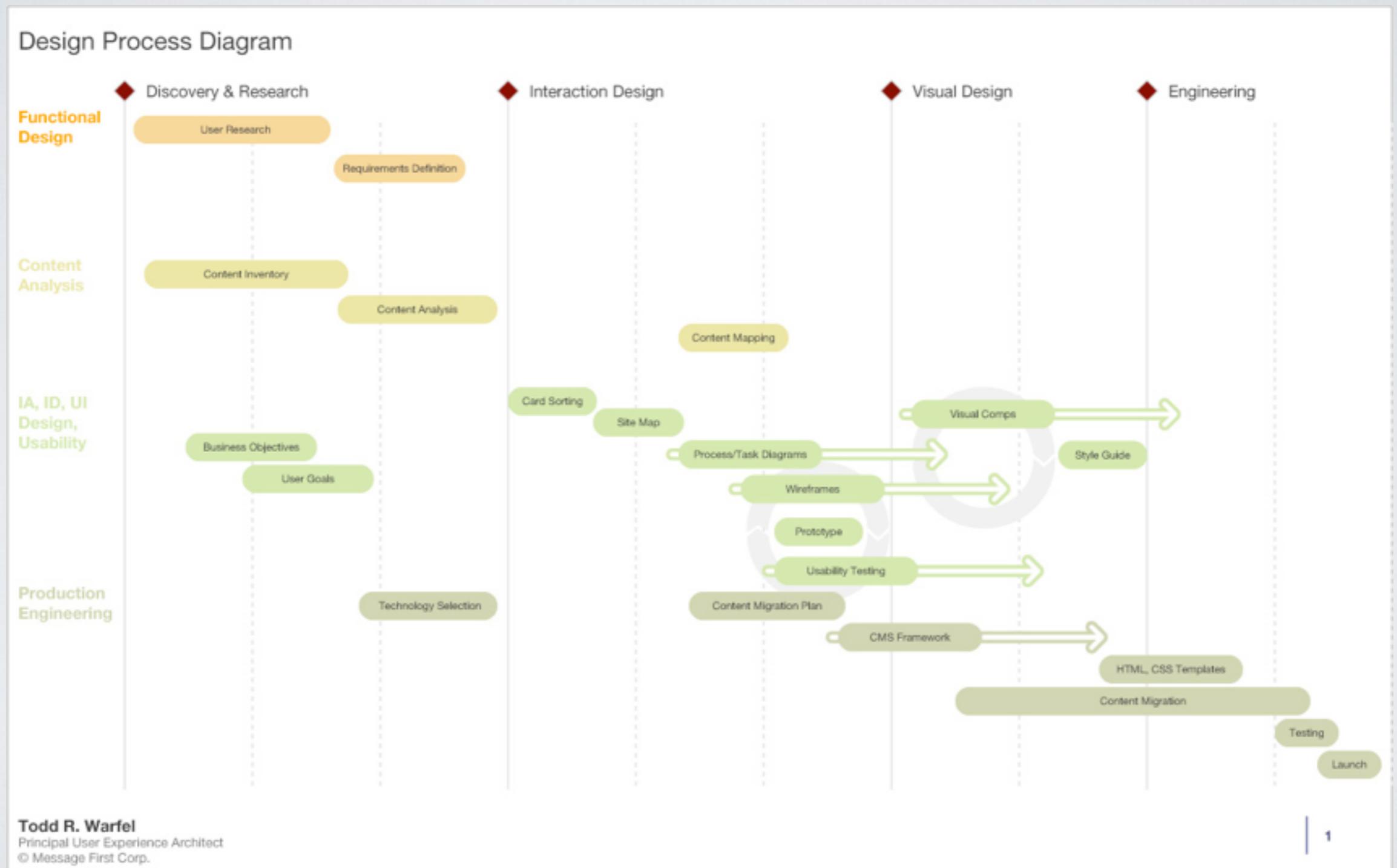
Lezione 5: Concept e Information architecture



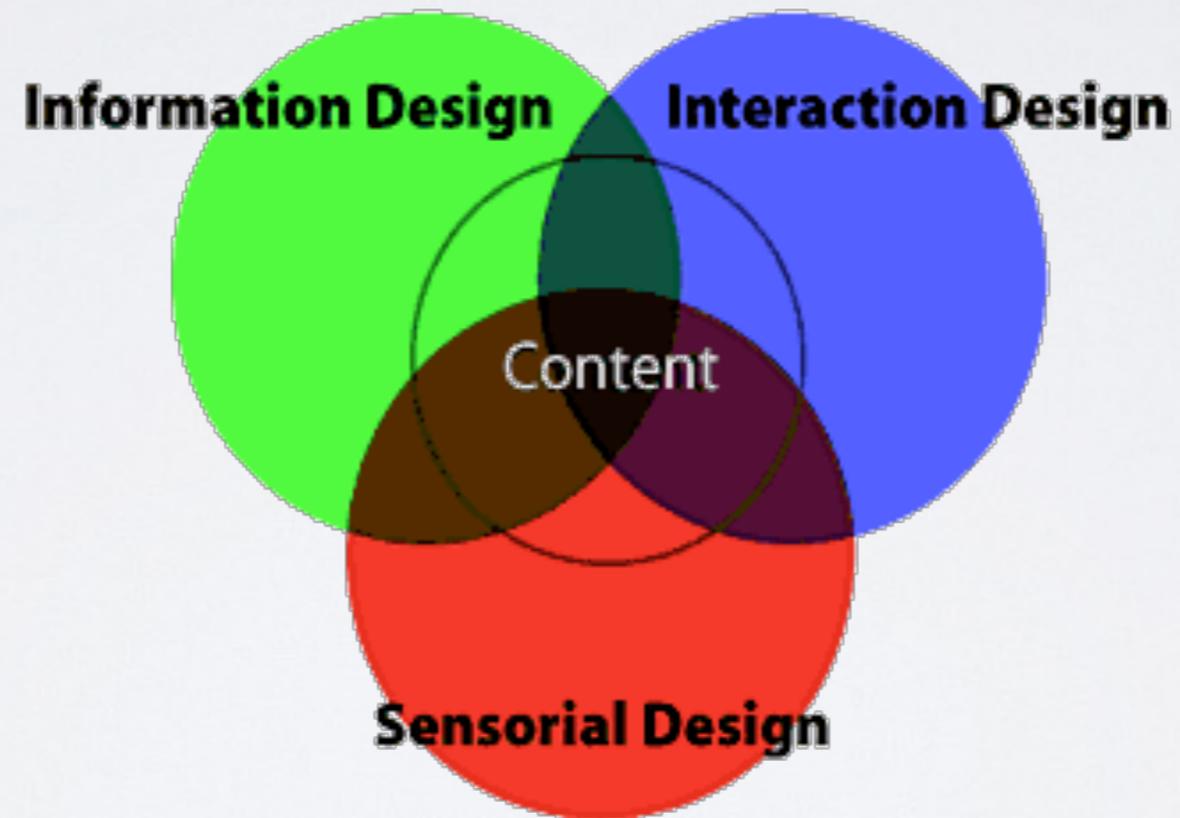
# IL PROCESSO DI DESIGN



# IL PROCESSO DEL DESIGN



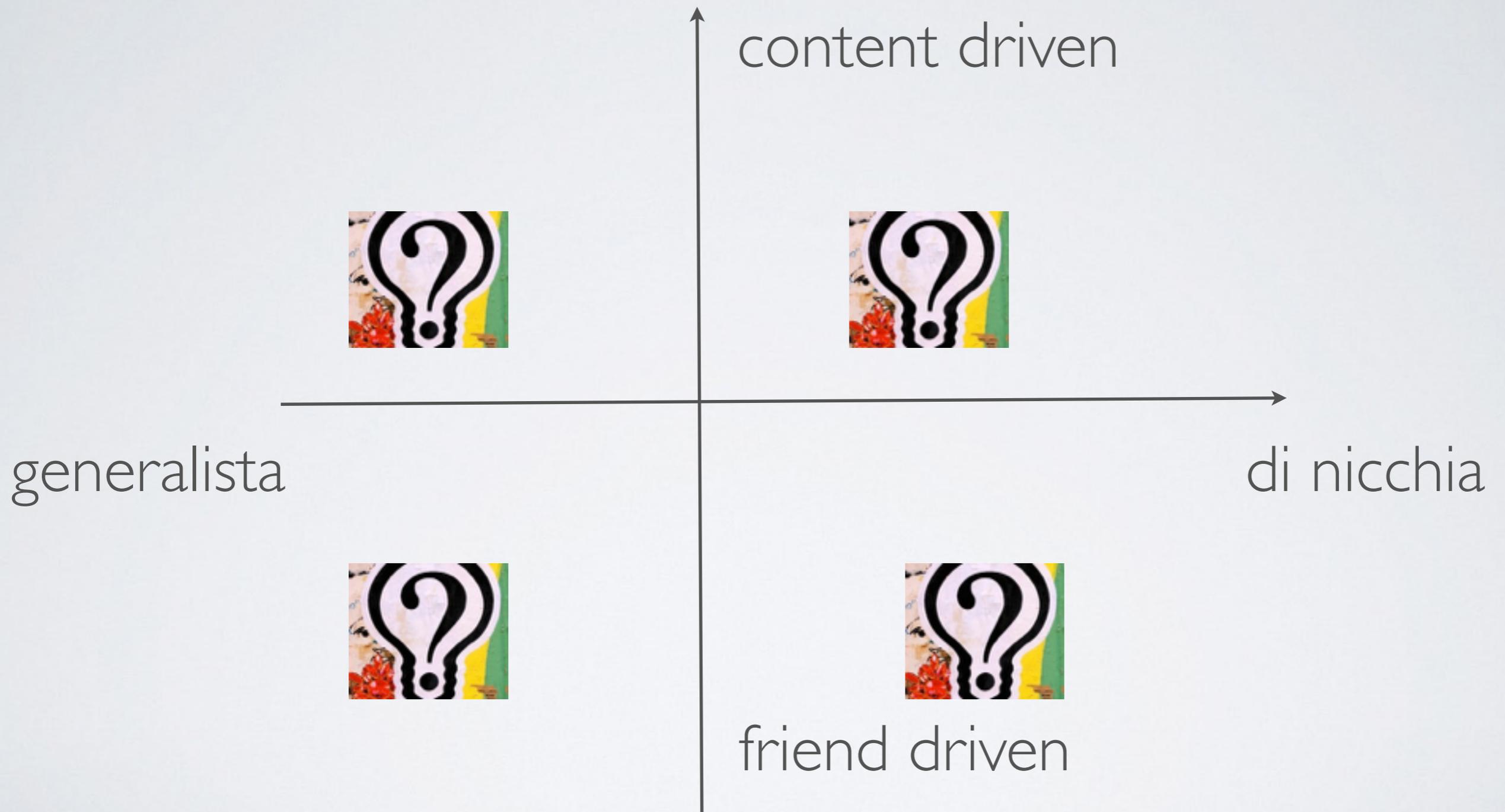
# OBIETTIVI: EQUILIBRIO STRATEGICO



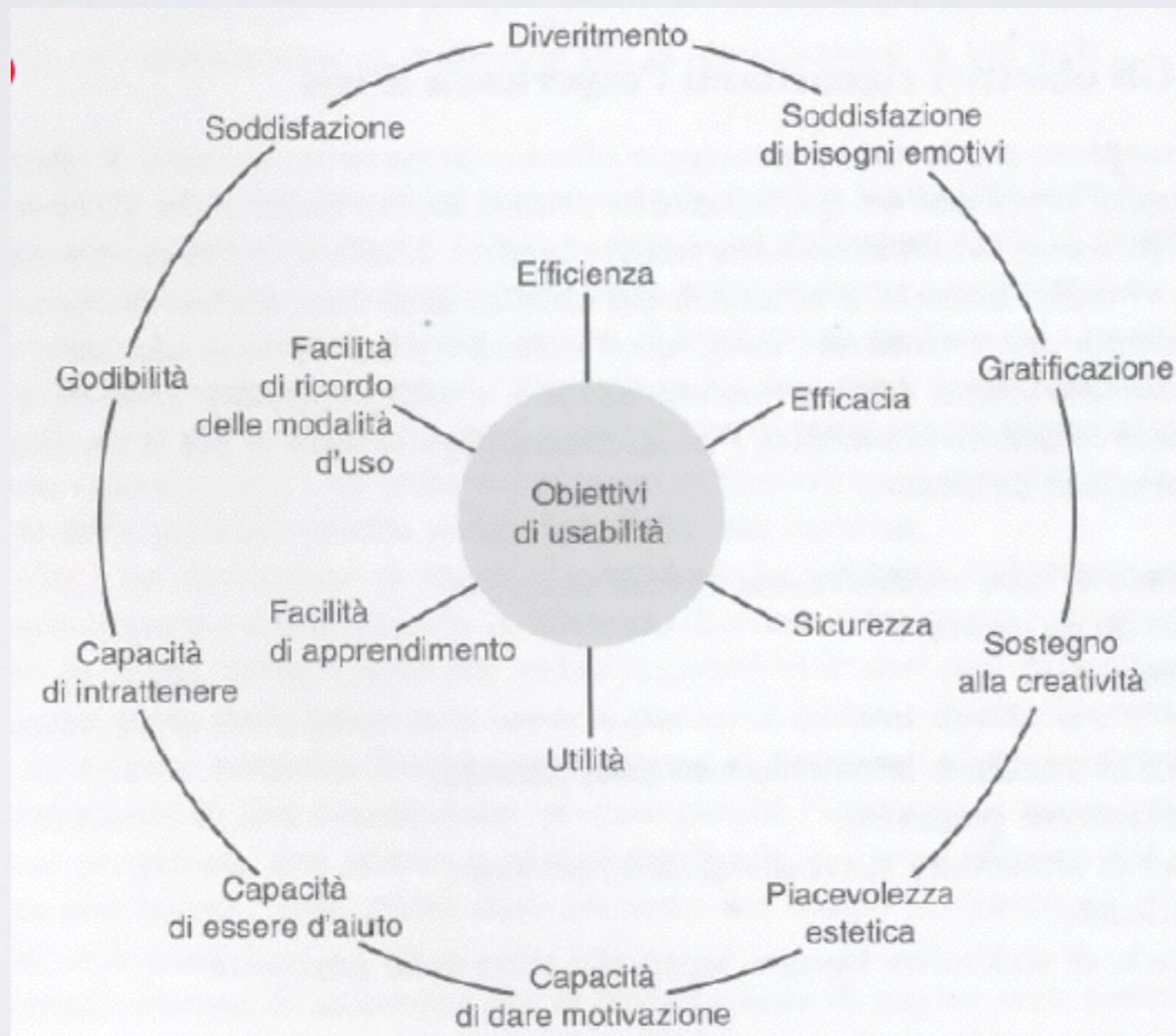
# OBIETTIVI: FARE QUALCOSA NON SOLO DI USABILE, MA ANCHE DI UTILE



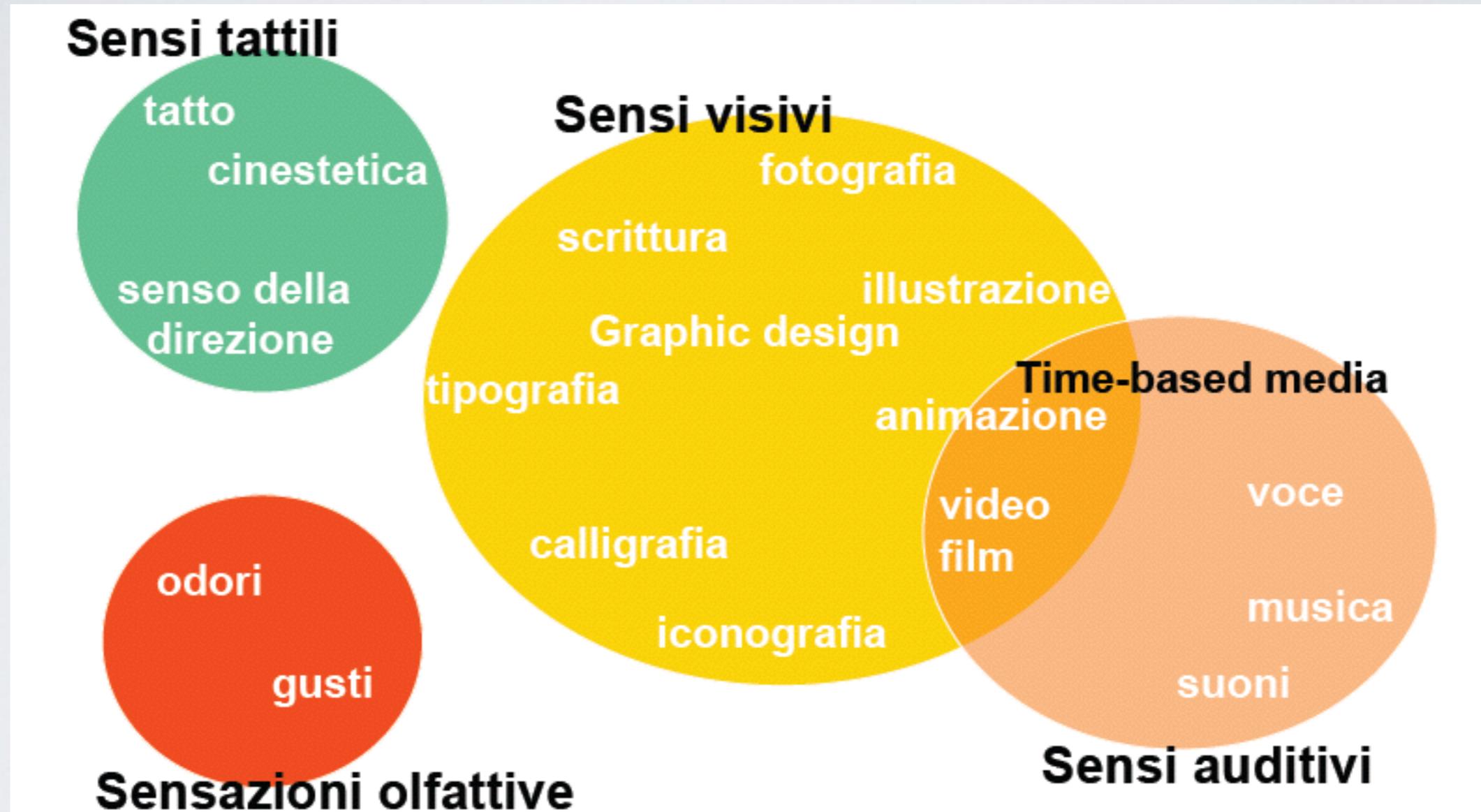
# OBIETTIVO: FARE QUALCOSA DI DIVERSO DAI COMPETITOR



# OBIETTIVI: DALLA USABILITÀ ALLA USER EXPERIENCE



# SENSORIAL DESIGN

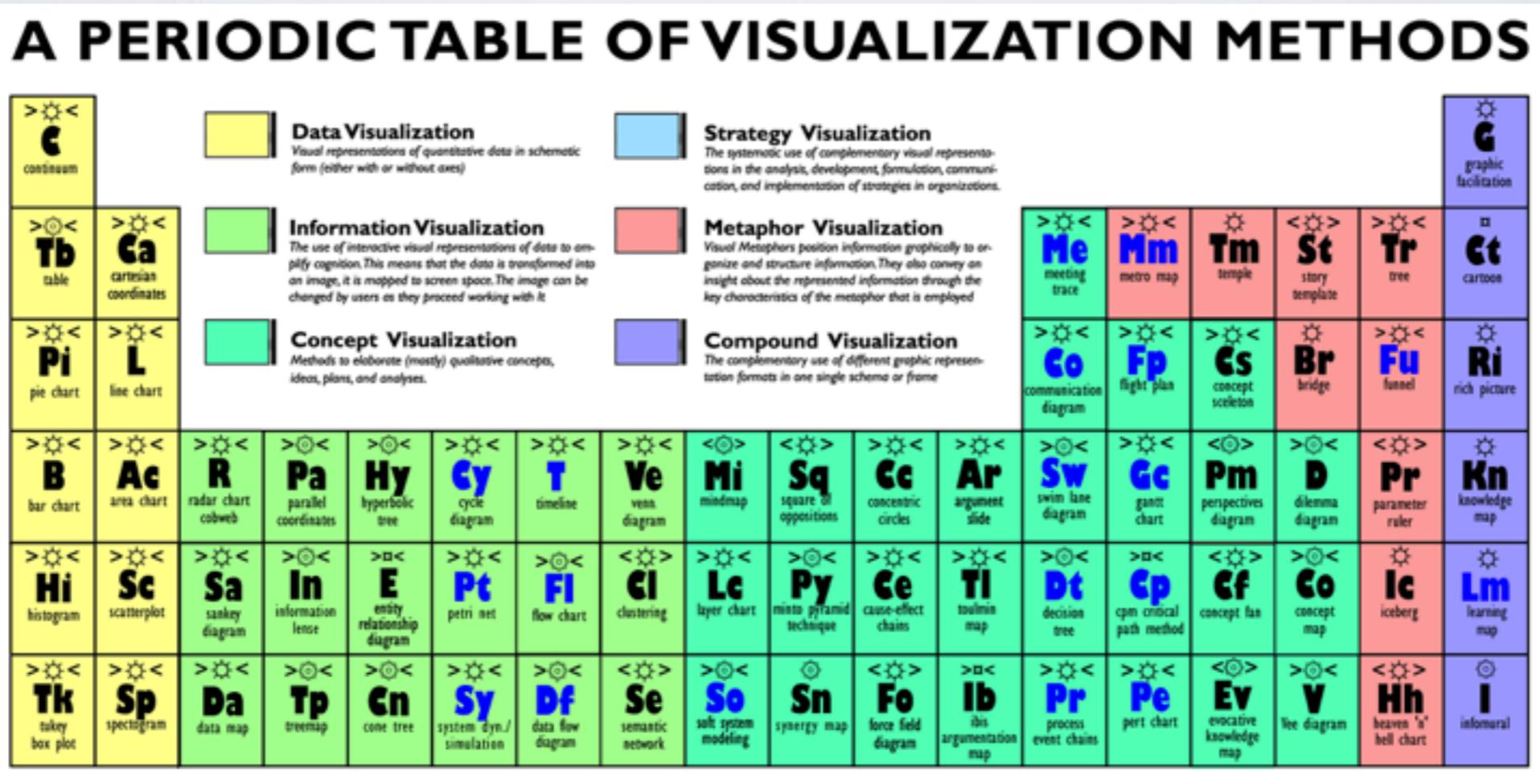


# INFORMATION DESIGN

L'**Information Design** ha come oggetto l'organizzazione e la presentazione dei dati, la loro trasformazione in informazione utile e significativa.

Creare informazione è qualcosa che, a vari livelli, facciamo tutti; solo recentemente però si è giunti all'identificazione di una disciplina caratterizzata da processi ben definiti, che possono essere adottati o insegnati.

# INFORMATION DESIGN



[http://www.visual-literacy.org/periodic\\_table/periodic\\_table.html](http://www.visual-literacy.org/periodic_table/periodic_table.html)

# INTERACTION DESIGN

L' **Interaction Design** nella sua essenza è creare e raccontare storie, è insieme un'antica arte e una nuova tecnologia.

Storie ed esperienze sono state sempre create e narrate attraverso i mezzi di comunicazione, ma i nuovi media offrono opportunità fino ad oggi inesplorate nella storia dell'interazione e della rappresentazione. In particolare - fatta eccezione per i narratori più esperti - tutto ciò che riguarda l'interattività è stato sovente mal interpretato.

Come le tecnologie interattive possano supportare questo tipo di processi e quali siano in questo senso le reali necessità dell'utenza rimangono aspetti tutti da indagare.

# SENSORIAL DESIGN

Il **Sensorial Design** tratta delle tecniche che utilizziamo per comunicare con gli altri attraverso i nostri sensi. Dopo la scrittura, le tecniche di progettazione visuale caratteristiche della grafica, del cinema, dell'illustrazione e della fotografia sono le più note; le discipline che comunicano attraverso altri sensi non sono tuttavia meno importanti.

La progettazione e l'ingegneria del suono, la musica e il canto possono risultare molto efficaci in circostanze appropriate. A volte si rivelano di fatto essere l'unico modo possibile per comunicare un determinato messaggio. Il senso tattile, quello olfattivo e quello cinestetico sono impiegati più raramente (spesso a causa di vincoli tecnologici o di mercato), ma sono ugualmente validi e possono contribuire all'arricchimento dell'esperienza.

# IL TARGET: USER CENTERED

contenuti

cooperazione

community



interfaccia

interattività

ricerca

l'utente al centro

# TECNICHE DI ANALISI DEL TARGET

Tecniche di analisi:

- ▶ interviste,
- ▶ focus group,
- ▶ osservazione etnografica
- ▶ personae e scenari

# CREAZIONE DI PERSONAE

La creazione di **personae**, (dal latino maschere), è una tecnica di derivazione teatrale.

I designer creano un loro personaggio, possibile utente, e gli danno vita attraverso la descrizione dettagliata (circa 1 cartella) del suo profilo socio-anagrafico, carattere, delle abitudini e stile di vita

## Ruben:

- ▶ Argentino, vive in Italia da un anno
- ▶ Lavora presso una cooperativa di servizi culturali
- ▶ Vuole conoscere a fondo il paese, per “mettersi al passo” con i colleghi
- ▶ Utilizza molto tutti i tipi di tecnologie



Teresa:

- ▶ Insegnante di scuola elementare, referente scolastica per progetti con musei
- ▶ Molto motivata a livello individuale, ha difficoltà a coinvolgere i colleghi
- ▶ Non usa molto le nuove tecnologie. A casa non ha



Sergio:

- ▶ Da pochi giorni è diventato papà
- ▶ Lavora come magazziniere in un supermercato
- ▶ Turista della domenica, ama girare alla scoperta di luoghi nuovi e delle tradizioni
- ▶ E' un fanatico del cellulare



# UTILITÀ DELLE PERSONAE

- ▶ Possibilità di fuoriuscire dal proprio habitus mentale
- ▶ Utilizzo della dimensione-capacità narrativa per descrivere e prevedere situazioni ed esperienze
- ▶ Economicità rispetto a metodi di analisi che usano utenti reali

# CRITICITÀ DELLE PERSONAE

- ▶ Rischio di chiudersi in una dimensione **fiction** molto distante dagli utenti reali
- ▶ Difficoltà nella standardizzazione dei risultati

# SCENARI

Uno scenario è la descrizione dell'interazione di un soggetto con un sistema.

Esso, al di là dei requisiti tecnici o economici, serve a rappresentare le reali esigenze e situazioni degli utenti

## L'analisi di scenario dovrebbe:

- permettere di identificare le differenze tra lo stato socio-tecnico attuale e quello susseguente l'innovazione tecnologica.
- mettere in risalto le innovazioni più rilevanti dal punto di vista dell'utente ed evidenziarne le implicazioni sulle abitudini di lavoro ed i comportamenti della vita individuale e di gruppo.
- fornire evidenza sulle ragioni dell'accettazione da parte dell'utente in riferimento alle innovazioni che la visione offerta dallo scenario propone di introdurre.

## **UNA DONNA DOPPIO-RUOLO: ANALISI BISOGNI**

**Cristina è da poco mamma e continua a mantenere alcune collaborazioni con una società di mediazione culturale, per la quale svolge ricerche sociali**

**Tutti i giorni ha bisogno di avere un quadro aggiornato delle interviste svolte sul territorio, localizzare le aree (quartieri ecc) ancora scoperte e programmare in base a questo nuove interviste.**

**Necessita di un sistema semplice e integrato per combinare dati territoriali con quelli degli intervistati e per ottimizzare le interviste anche in base alle prossimità di zona.**

**Tuttavia, sistemi di database in questo momento le risultano troppo difficili da apprendere e implementare...**



# AL LAVORO

- A partire dal target di interesse scelto da ciascun gruppo, elaborare:
- **UNA persona** che rappresenta il target tipo (descrivere la persona nel suo contesto quotidiano e attribuirle spessore sociologico e psicologico)
- **UNO scenario d'uso** che evidenzia i bisogni del target, ai quali risponderà l'applicazione (descrivere come oggi si comporta l'utente per rispondere a quel bisogno, problematiche e aree di miglioramento)