



# 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)



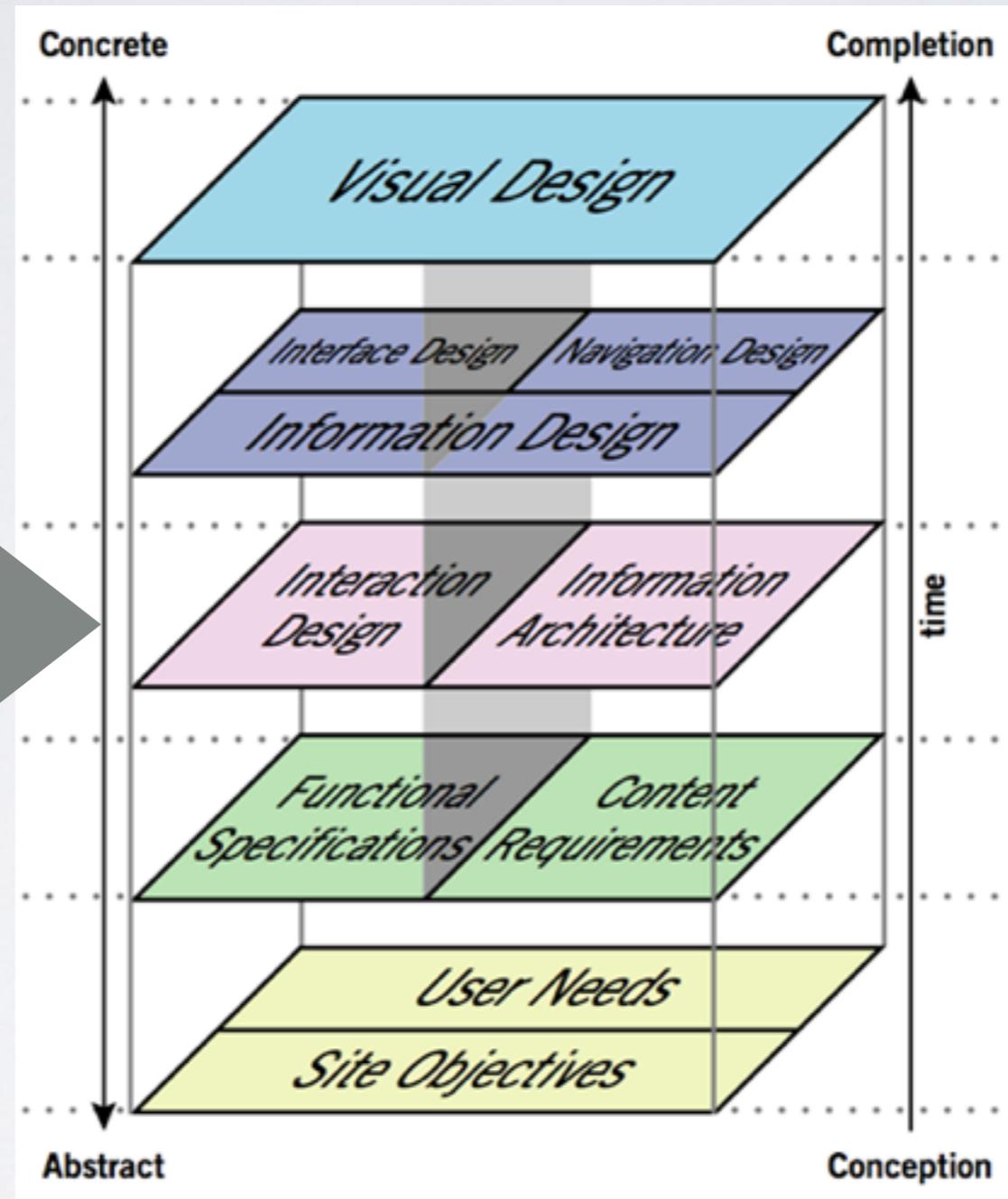
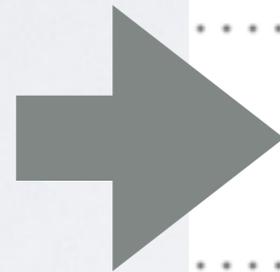
# SOCIAL NETWORK

Lezione 6: Interaction Design e Information architecture

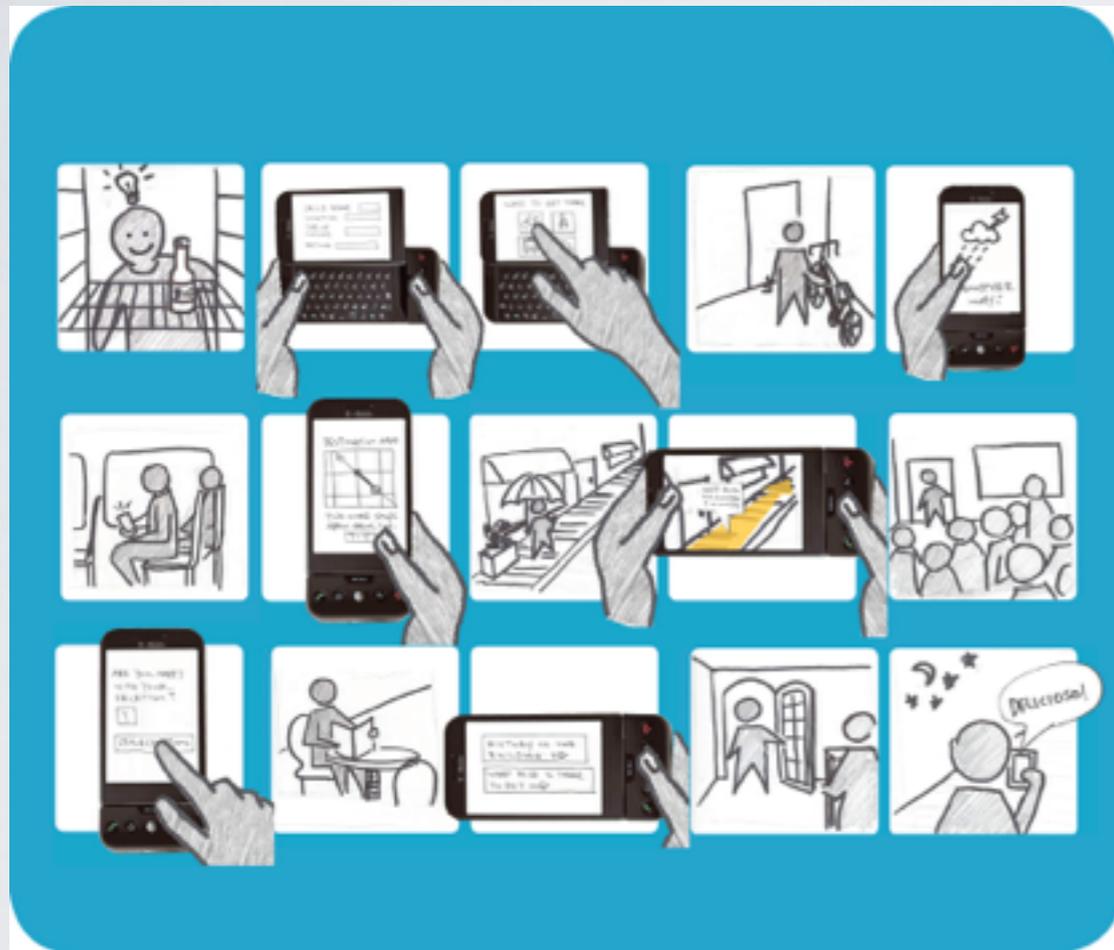


# IL PROCESSO DI DESIGN

Siamo qui!



# DOVE ERAVAMO RIMASTI: USER SCENARIO



Bisogna progettare i task a partire dai reali scenari d'uso degli utenti, raccolti attraverso le tecniche di analisi degli utenti (interviste, focus, etnografia ecc. cfr. lezione 4).

Organizzare le funzioni secondo il flusso reale di azione degli utenti.

# DOVE ERAVAMO RIMASTI: USER SCENARIO



Come procedere:

- 1) focalizzare i diversi scenari d'uso dell'utente  
(cosa vorrà fare, cosa si aspetta)
- 2) ogni scenario d'uso sarà un task:  
segmentare il task in sotto-task (azioni necessarie a compiere il task).
- 3) ogni sotto-task sarà una funzione da implementare.

# ORGANIZZARE IL FLUSSO: FLOW CHART

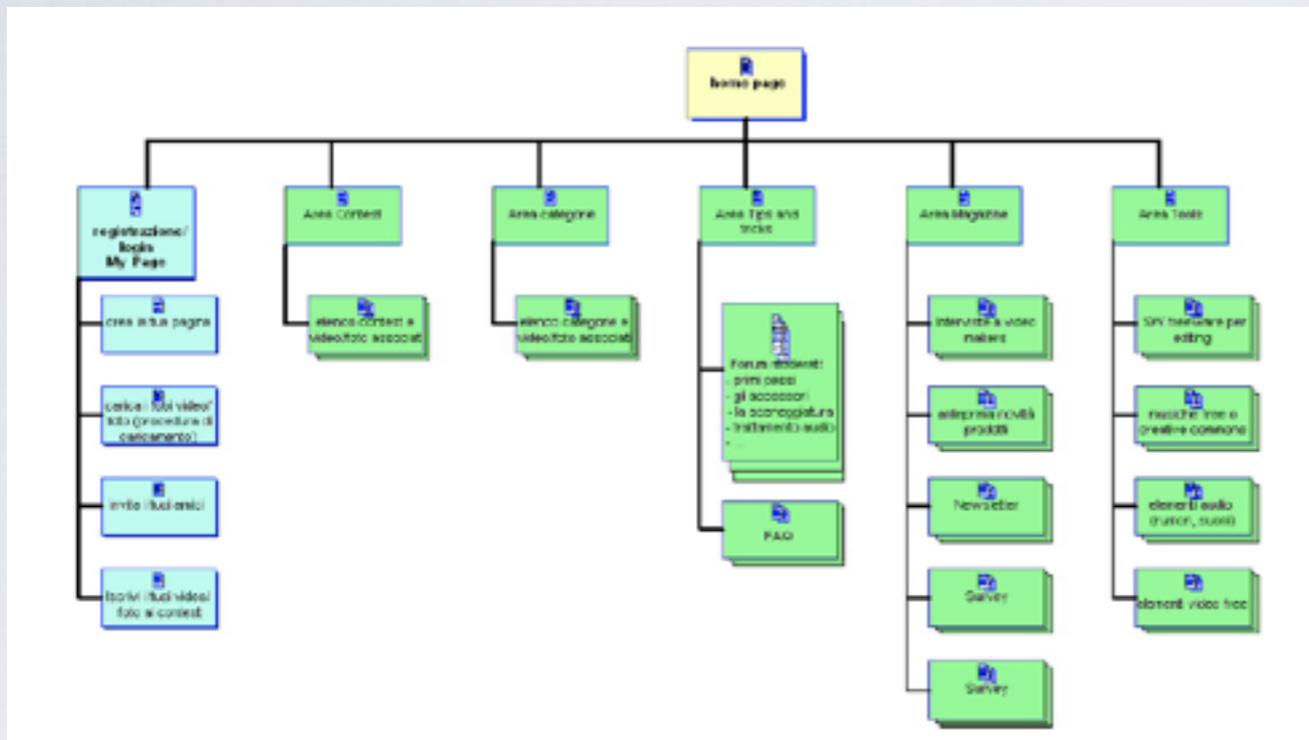
Il Flow chart

mostra i diversi task dell'applicazione e il collegamento tra loro.

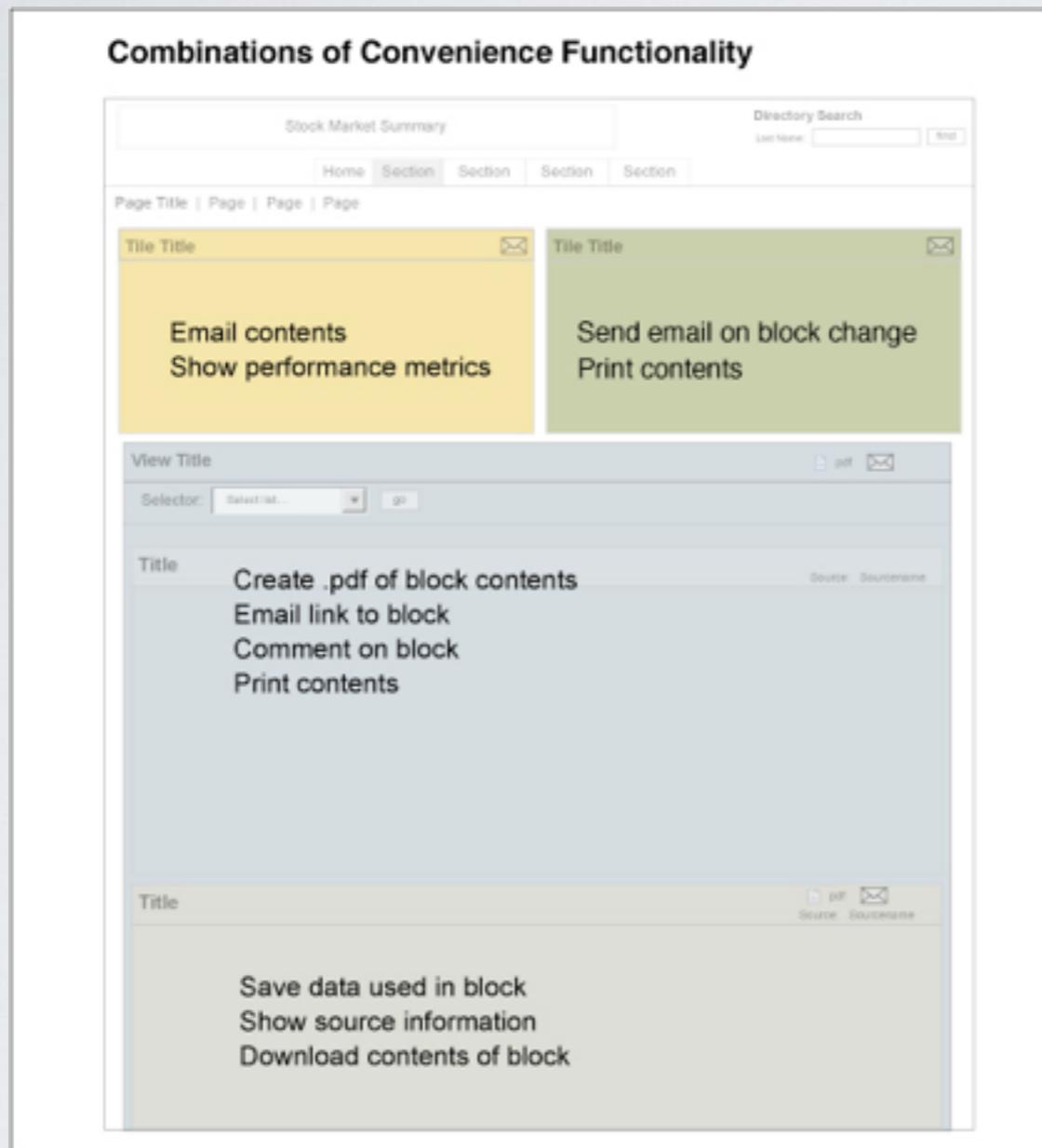
Ad ogni quadrato del flow chart corrisponderà una “pagina” dell'applicazione.

Ogni pagina spesso racchiude un intero task di azione dell'utente.

All'interno della stessa pagina sono quindi racchiusi i diversi sotto-task



# ORGANIZZARE IL FLUSSO: FLOW CHART



Una pagina può contenere più sotto-task, quindi più funzioni.

# ORGANIZZARE IL FLUSSO: FLOW CHART

Nome utente:   
I nomi utente possono contenere solo lettere (A-Z) o numeri (0-9)  
[Verifica disponibilità](#)

Località:

Data di nascita:

Sesso:  Maschile  Femminile

Lascia che gli altri trovino il mio canale su YouTube se hanno il mio indirizzo email

Desidero ricevere occasionalmente le comunicazioni via email relative ai prodotti che YouTube ritiene possano interessarmi

Termini e condizioni d'uso: [Esamina i Termini di servizio di Google](#) e [i Termini e condizioni d'uso di YouTube](#) riportati di seguito.

**1** compila con i dati richiesti, scegliendo il nome che vorrai avere su youtube e verificando se è disponibile

**2**  →

Es. pagina “Registrazione”  
contiene:

- diversi campi da compilare (nome, cognome, ecc);
- opzioni newsletter;
- pulsante Accetta.

Ogni pagina quindi è un blocco semantico di azioni riferite allo stesso task, non una singola azione.

# ORGANIZZARE IL FLUSSO: FLOW CHART

**Registra Vodafone Booster** ESEMPIO

**Conferma**

Registrazione avvenuta con successo. Adesso puoi utilizzare il tuo Vodafone Booster

**Numeri da attivare su Vodafone Booster**

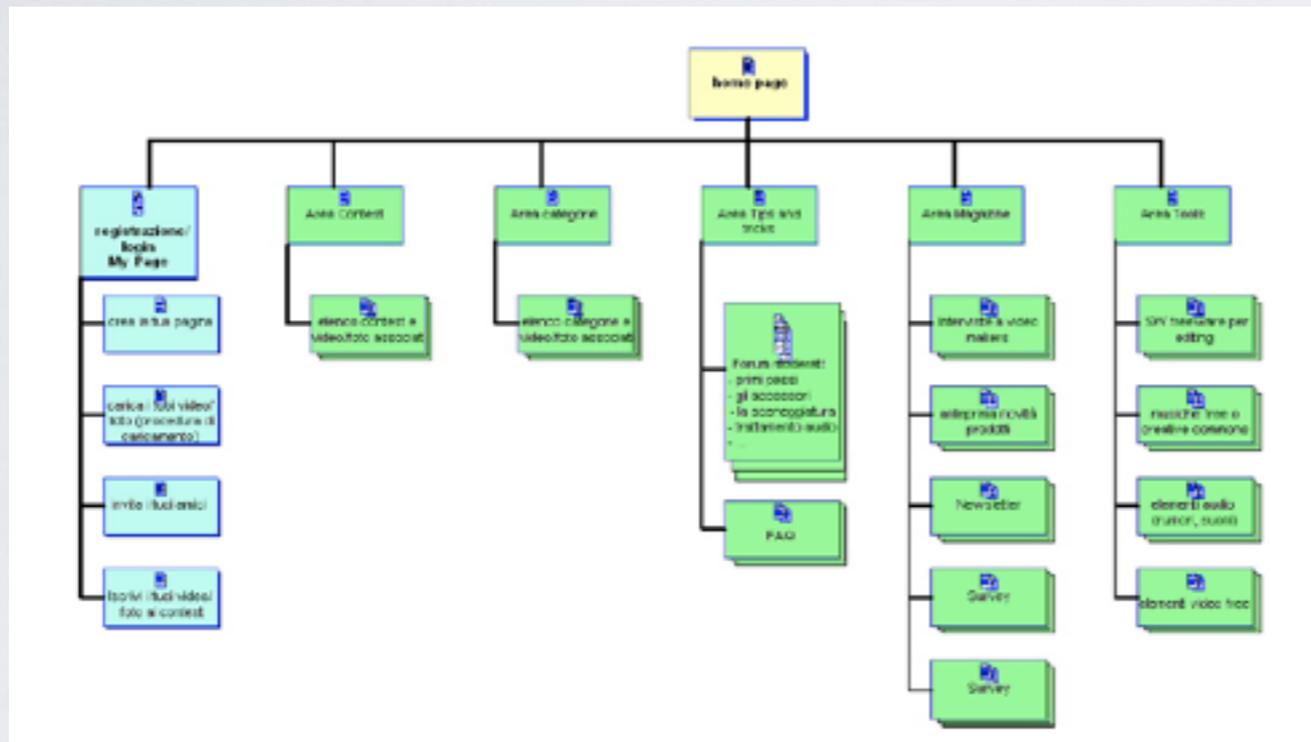
Nome	Cognome	Numero Vodafone
Mario	Rossi	349****
Giuseppe	Bianchi	348****
Franco	Verdi	349****
Giovanni	Neri	340****

 [Torna a "Il mio Vodafone Booster"](#)

Spesso l'intero task (coi suoi sotto-task) è contenuto in una pagina.

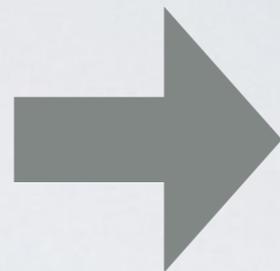
In alcuni casi, tuttavia, servono più pagine: suddividere il task in più pagine è utile, soprattutto, per marcare un cambiamento di stato dell'utente (es. da utente non registrato a utente registrato).

# SITI WEB/APPLICAZIONI



Nei siti web, il flow chart mostra i singoli macro-blocchi informativi del sito.

MACROPROGETTAZIONE

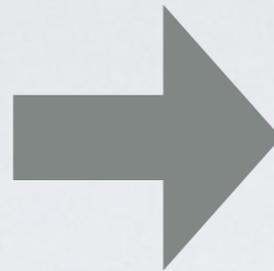


FLOWCHART

Progettazione dell'architettura  
ad alto livello.



# FLOW-CHART



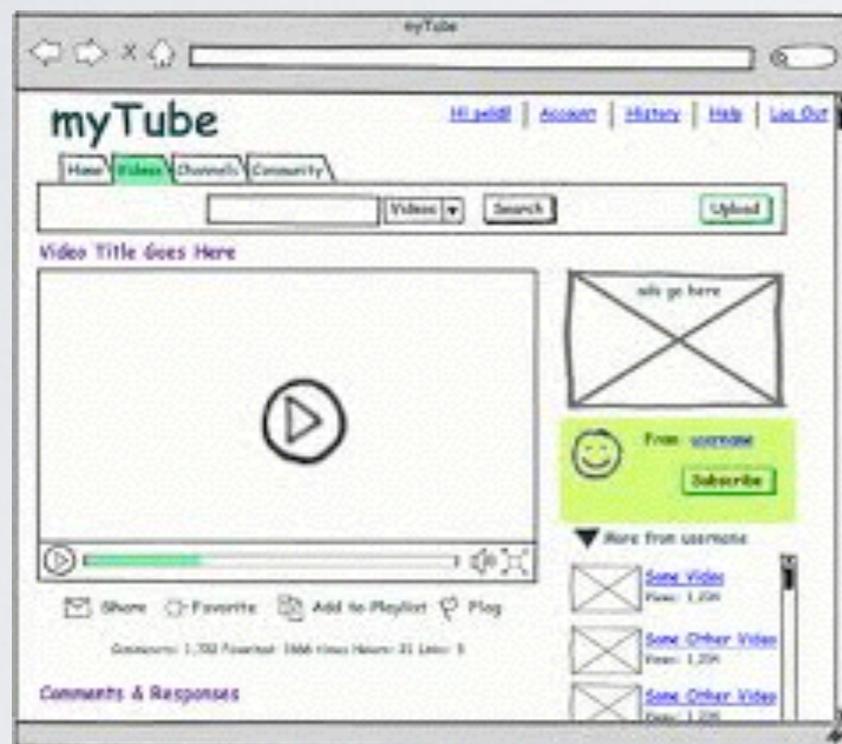
# STORYBOARD

## ATTENZIONE:

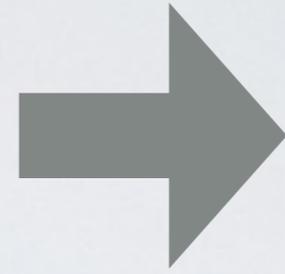
L'organizzazione visiva dei sotto-task, quindi delle funzioni, all'interno della pagina, avviene in un momento successivo, con la creazione degli storyboard.

Nel flow-chart si organizza il flusso di azione ad alto livello.

La disposizione visiva dei sotto-task nella pagina avviene nello storyboard.



MICROPROGETTAZIONE



STORYBOARD

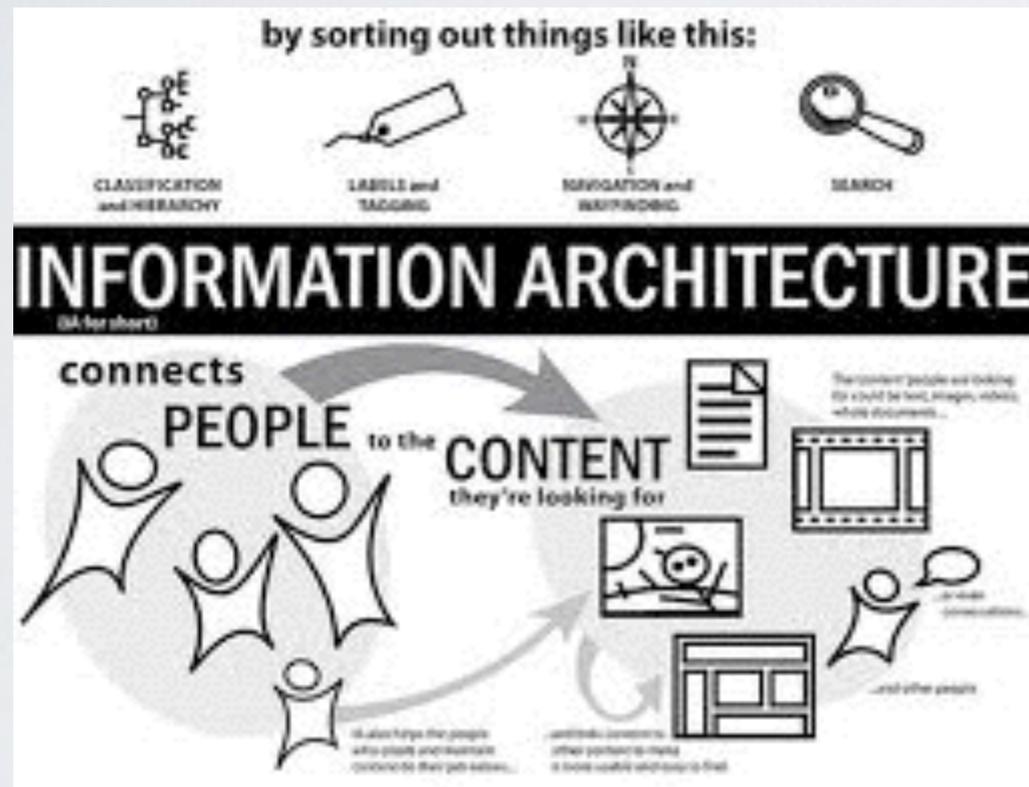
Progettazione dell'architettura a  
micro-livello.



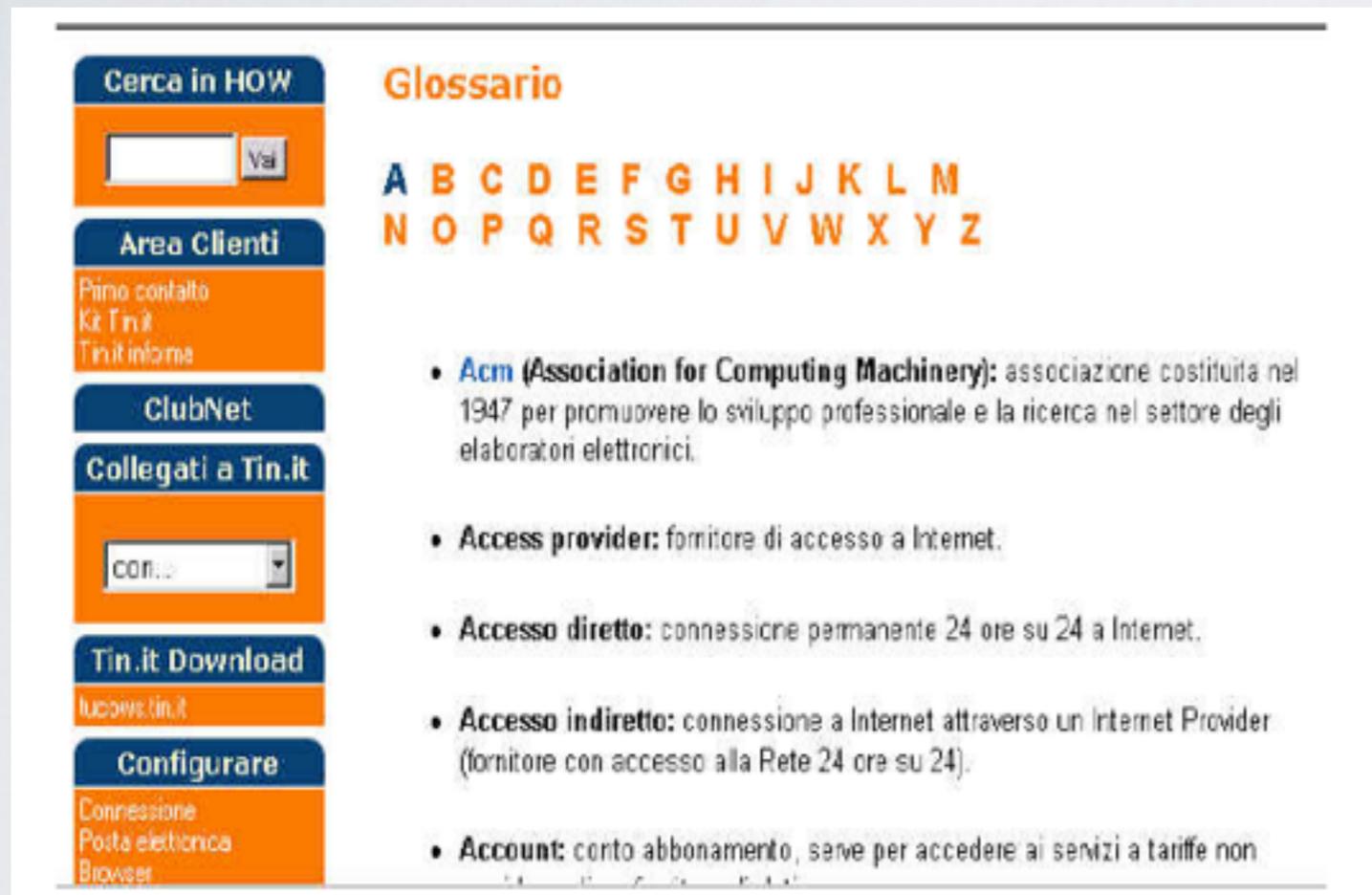
# INFORMATION ARCHITECTURE: ORGANIZZARE LE INFORMAZIONI

Organizzazione:

- alfabetica
- temporale
- georeferenziata
- sequenza
- numerica
- per attività
- per categorie
- per faccette



# ORGANIZZAZIONE ALFABETICA



The screenshot shows a website interface with a vertical navigation menu on the left and a main content area on the right. The navigation menu includes sections like 'Cerca in HOW', 'Area Clienti', 'ClubNet', 'Collegati a Tin.it', 'Tin.it Download', and 'Configurare'. The main content area features a 'Glossario' section with an alphabetical index (A-Z) and a list of definitions for terms like 'Acm', 'Access provider', 'Accesso diretto', 'Accesso indiretto', and 'Account'.

**Cerca in HOW**  
 Val

**Area Clienti**  
Primo contatto  
K2 Tin.it  
Tin.it informa

**ClubNet**

**Collegati a Tin.it**  
con:...

**Tin.it Download**  
luce@ws.tin.it

**Configurare**  
Connessione  
Posta elettronica  
Browser

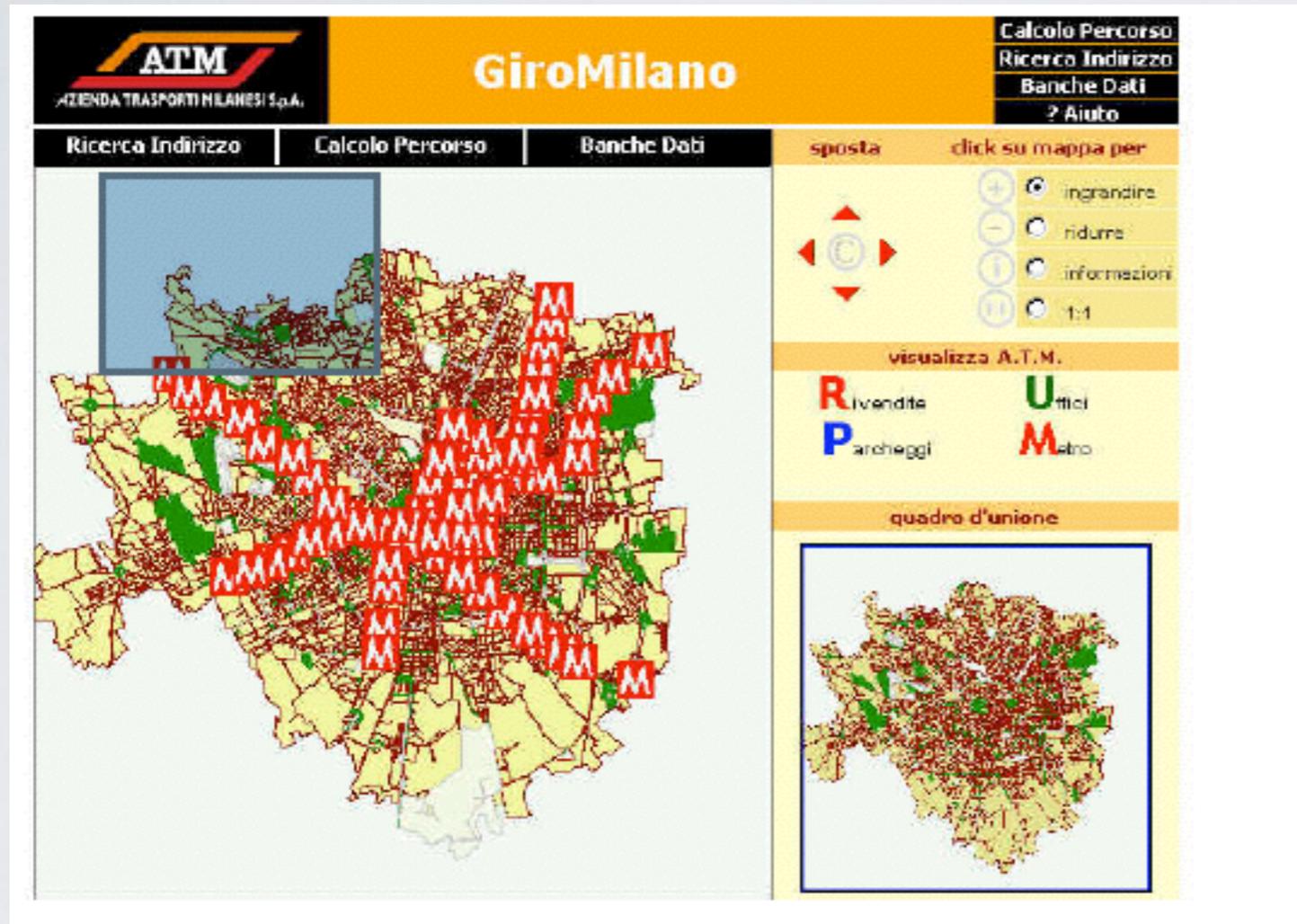
## Glossario

**A B C D E F G H I J K L M**  
**N O P Q R S T U V W X Y Z**

- **Acm (Association for Computing Machinery):** associazione costituita nel 1947 per promuovere lo sviluppo professionale e la ricerca nel settore degli elaboratori elettronici.
- **Access provider:** fornitore di accesso a Internet.
- **Accesso diretto:** connessione permanente 24 ore su 24 a Internet.
- **Accesso indiretto:** connessione a Internet attraverso un Internet Provider (fornitore con accesso alla Rete 24 ore su 24).
- **Account:** conto abbonamento, serve per accedere ai servizi a tariffe non

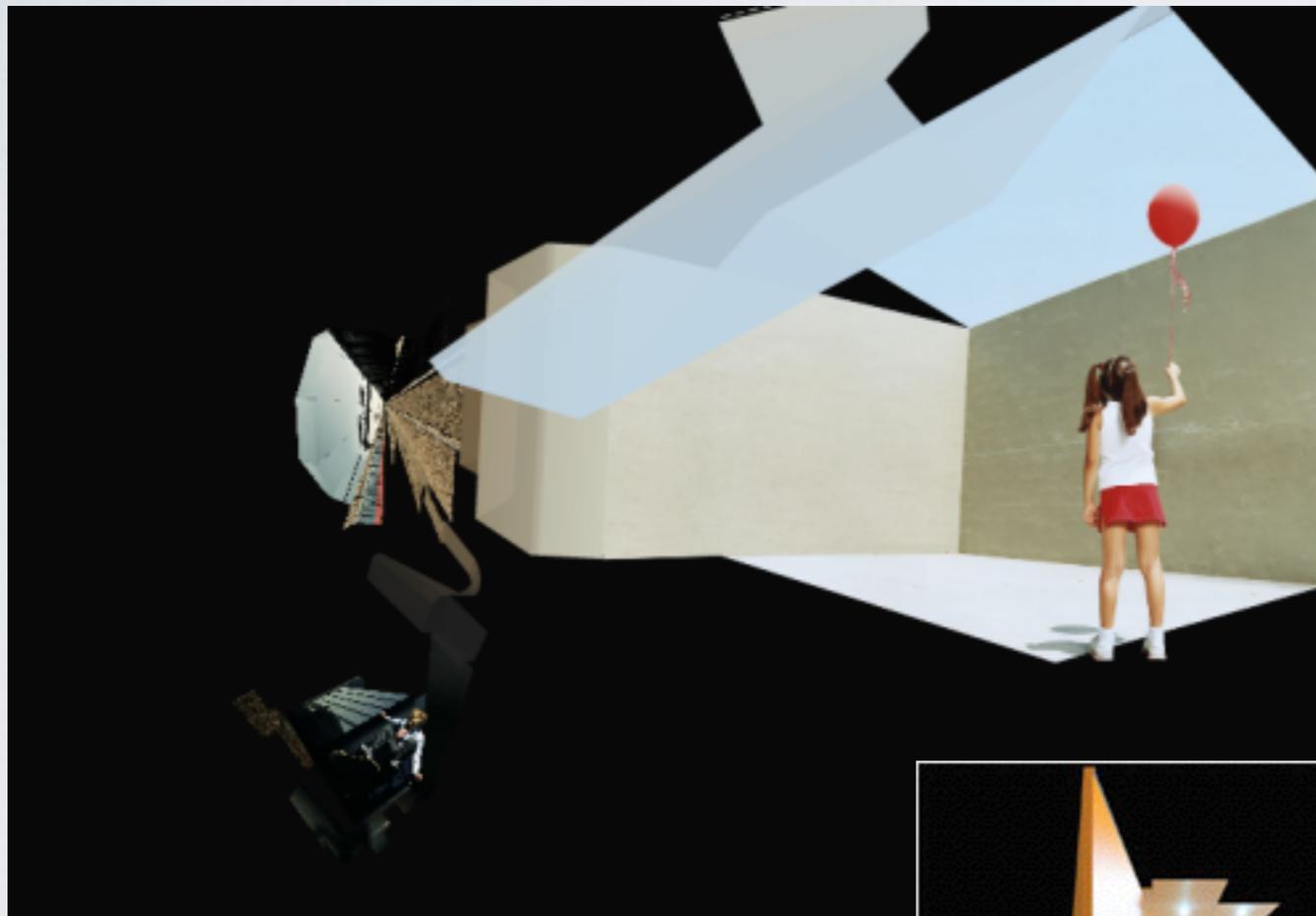
- background alfabetico
- forte astrazione
- uso in pochi casi (dizionari, elenchi)
- dipende dalle lingue

# ORGANIZZAZIONE SPAZIALE

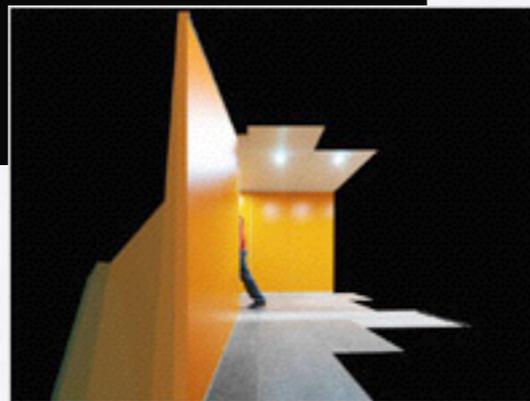


Uso di mappe  
-problema quando ci sono  
molti item

# ORGANIZZAZIONE SPAZIALE



- mappatura degli spazi fisici
- problema quando ci sono molti item.
- difficoltà uso delle metafore



# ORGANIZZAZIONE TEMPORALE

The screenshot shows the LIBERO NEWS2000 website interface. At the top left is the LIBERO logo. To its right, the date and time are displayed: "venerdì 16 gennaio 2004 ore 07:18". A banner for "TOMB RAIDER" is visible, with the text "SCARICA SUBITO L'ARCHIVIO DI NUOVISSIMI GIOCHI PER PC!" and a "GIOCA!" button. Below the banner is a navigation menu with links: home, ricerca, community, news, sport, finanza, business, intrattenimento, shopping, canali, città, telefonino, internet. A search bar is present with the text "cerca nelle notizie" and a "vai" button. Below the search bar are links for "mattutino", "meteo", "e-notizie", "forum", and "i-mode". On the left side, there is a "NUOVO NEWS2000 METEO" section with the text "Previsioni per tutti gli 8.100 Comuni d'Italia" and a list of categories: prima pagina, ultime notizie, attualità, politica, economia, scienza & web, società, web magazine, noi2000, nassin. The main content area is titled "ultime notizie" and shows a list of news items from January 15, 2004, with timestamps and headlines. On the right side, there is a "sms" section with the text "News2000 sul tuo telefonino" and a form to choose a ringtone and enter a number, with an "INVIA" button.

calendario, orario:  
-strutturazione in unità temporali idonee (scegliere la giusta unità di tempo, altrimenti troppe/poche informazioni)

# ORGANIZZAZIONE TEMPORALE

The screenshot displays the MilleMiglia website interface. On the left is a navigation menu with categories like 'Informazioni Voli', 'Documenti di viaggio', and 'In Volo'. The main content area shows search results for flights from Milan to Rome between January 16 and 18, 2004. It includes a summary table and a detailed table with columns for departure, arrival, flight number, frequency, and validity. On the right, there are user account options like 'LOGIN' and 'Registrati'.

**Informazioni Voli**

- Situazione Voli
- Orari
- Documenti di viaggio
- In Volo
- Servizi al Passeggero
- Informazioni Bagagli
- Uffici Alitalia
- In viaggio per Affari
- In Aeroporto

Cerca - **RISULTATI**

I risultati della tua richiesta sono visualizzati qui di seguito. Se desideri ulteriori informazioni seleziona il codice dell'aeroporto (es. FCO) o il numero del volo. Cliccando su **NUOVA RICHIESTA** in fondo allo schermo puoi procedere con una nuova ricerca.

**La tua richiesta**

CITTA' DI PARTENZA	CITTA' DI ARRIVO	PERIODO
Milano	Roma	16-Jan-2004 a 16-Jan-2004

**I tuoi risultati**

PARTENZA	ARRIVO	VOLO	FREQUENZA	VALIDITA'
<u>LIN</u> 06:40	<u>FCO</u> 07:50	<u>AZ2009</u>	L M M G V S D	16-Jan-2004 a 18-Jan-2004
<u>LIN</u> 07:00	<u>FCO</u> 08:10	<u>AZ2015</u>	L M M G V S D	16-Jan-2004 a 18-Jan-2004
<u>LIN</u> 07:15	<u>FCO</u> 08:25	<u>AZ2017</u>	L M M G V S D	16-Jan-2004 a 18-Jan-2004

**MilleMiglia**  
CLUB

Iscriviti online

\* Trova il tuo PIN

# ORGANIZZAZIONE TEMPORALE

The screenshot shows the Officine Panerai website's historical timeline. At the top left is the logo "OFFICINE PANERAI". To its right are navigation links: "Scrivici", "Newsletter", "Area Giornalisti", "FAQ", and "Mappa Sito". Further right are language options: "English", "Deutsch", "Français", and "日本語". Below this is a main navigation bar with "STORIA" highlighted in blue, followed by "LABORATORIO DI IDEE", "CATALOGO", "BOUTIQUES", "NEL MONDO", and "NEWS & EVENTI". A secondary navigation bar below that contains "Archivio Storico", "Timeline", and a series of year markers: "1860" (highlighted in blue), "1890-1900", "1900", "1910", "1915-1918", "1934", "1936", and "1945". The main content area features a portrait of Giovanni Panerai on the left and text on the right. The text is titled "1860" and describes the founding of the first watch shop in Florence by Giovanni Panerai (1825-1897), who later passed the business to his son, Leon Francesco.

**OFFICINE PANERAI**

Scrivici Newsletter Area Giornalisti FAQ Mappa Sito English Deutsch Français 日本語

STORIA LABORATORIO DI IDEE CATALOGO BOUTIQUES NEL MONDO NEWS & EVENTI

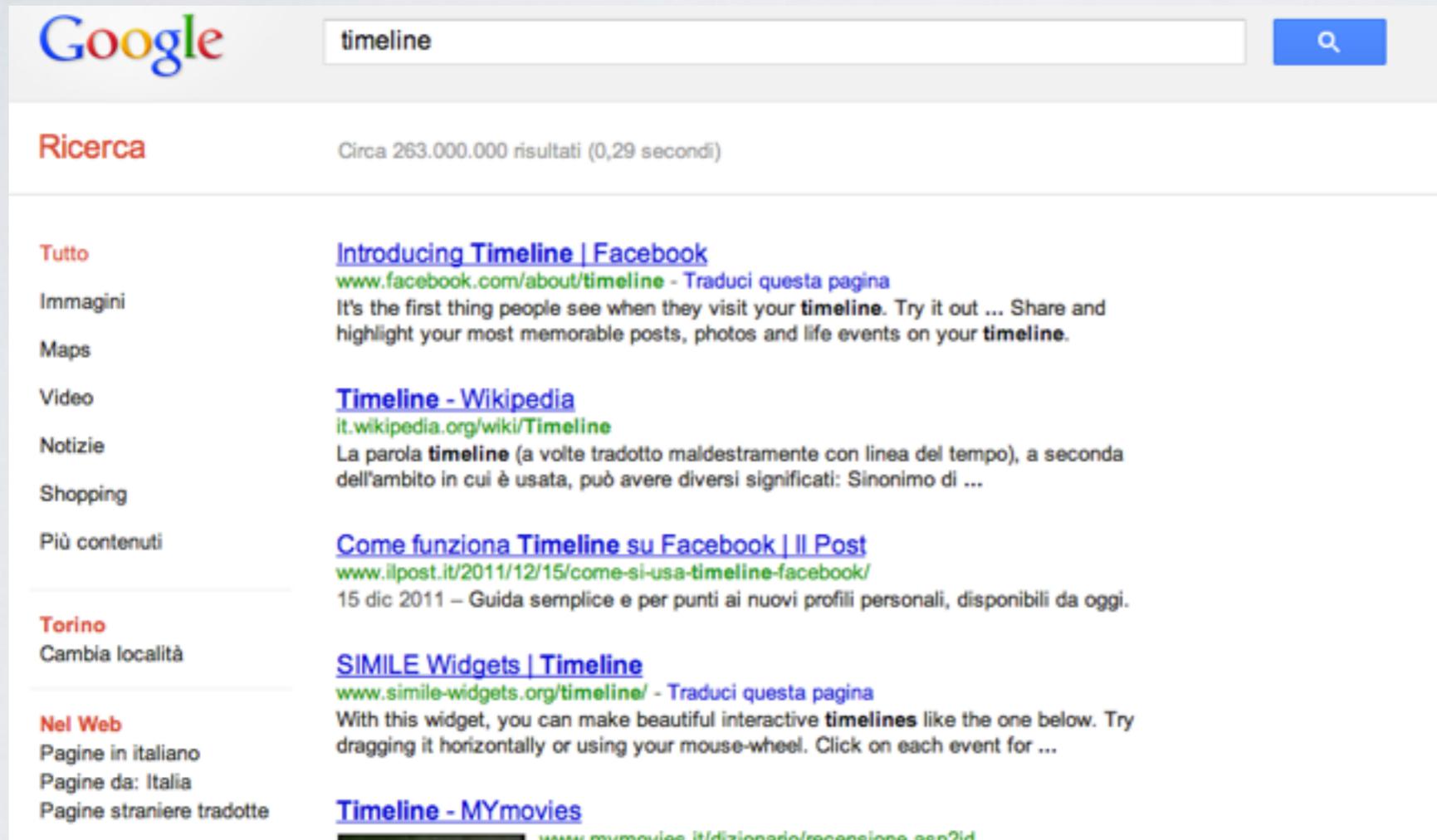
Archivio Storico Timeline 1860 1890-1900 1900 1910 1915-1918 1934 1936 1945

**1860**

Giovanni Panerai (1825-1897), capostipite della famiglia di imprenditori, apre sul Ponte alle Grazie il primo negozio di orologeria a Firenze ed entra in contatto con le fabbriche svizzere più antiche e prestigiose.

A Giovanni succede il figlio Leon Francesco.

# ORGANIZZAZIONE PER GERARCHIA



The screenshot shows a Google search interface for the term "timeline". The search bar contains the text "timeline" and a search button. Below the search bar, the results are organized into a hierarchical structure. On the left side, there are several categories: "Ricerca" (Search), "Tutto" (All), "Immagini" (Images), "Maps", "Video", "Notizie" (News), "Shopping", "Più contenuti" (More content), "Torino" (Turin), "Cambia località" (Change location), "Nel Web" (On the Web), "Pagine in italiano" (Pages in Italian), "Pagine da: Italia" (Pages from: Italy), and "Pagine straniere tradotte" (Translated foreign pages). The main content area displays search results for "Timeline". The first result is "Introducing Timeline | Facebook" with a URL and a snippet: "It's the first thing people see when they visit your **timeline**. Try it out ... Share and highlight your most memorable posts, photos and life events on your **timeline**." The second result is "Timeline - Wikipedia" with a URL and a snippet: "La parola **timeline** (a volte tradotto maldestramente con linea del tempo), a seconda dell'ambito in cui è usata, può avere diversi significati: Sinonimo di ...". The third result is "Come funziona Timeline su Facebook | Il Post" with a URL and a snippet: "15 dic 2011 – Guida semplice e per punti ai nuovi profili personali, disponibili da oggi." The fourth result is "SIMILE Widgets | Timeline" with a URL and a snippet: "With this widget, you can make beautiful interactive **timelines** like the one below. Try dragging it horizontally or using your mouse-wheel. Click on each event for ...". The fifth result is "Timeline - MYmovies" with a URL and a snippet: "www.mymovies.it/dizionario/recensione.asp?id".

La sequenza stabilisce un ordine gerarchico di tipo semantico

# POSIZIONARE LE INFORMAZIONI



# ORGANIZZAZIONE PER ATTIVITÀ

The image shows the homepage of the Posteitaliane website. At the top, there is a navigation bar with links for "Chi siamo", "Sala stampa", "English", and "Registrazione". The main header features the "Posteitaliane" logo and a large banner image of a post office interior with the text "Di cosa hai bisogno?" and "Vuoi fare un giro?". Below the banner is a horizontal menu with buttons for "spedire", "pagare", "gestire denaro", "richiedere documenti", and "altro...".

The main content area is divided into several sections:

- Prodotti postali:** Lettere, pacchi, telegramma, acquisto francobelli, posta elettronica ...
- Prodotti BancoPosta:** Conto e carta, Pagamenti, Finanziamenti, Trasferimento fondi ...
- Altri servizi:** Postecert Firma Digitale e Posta Certificata...

Each of these sections has a "Seleziona" dropdown menu. Below these is a "Servizi Business o P.A." section with a list of target users: Professionisti e PMI, Imprese, and Pubblica Amministrazione.

The "In primo piano" section features a news item titled "Poste Italiane: arriva il telelavoro" with a photo of Massimo Sarmi and a brief description of the teleworking plan. Below this is a "News" section with an article titled "Mutuo BancoPosta. Oggi ancora più leggero." and a small image of a BancoPosta product.

On the right side, there is a "Servizi utili" section with a dropdown menu set to "-- seleziona --". Below it is a "Scopri i servizi on line" section with a list of services: BancoPosta, Raccomandate, Pastemall, and altro ancora direttamente dal tuo PC. This is followed by a login form with fields for "Nome utente" and a password field, an "Invia" button, and links for "Hai dimenticato la password?", "Non sei ancora registrato?", and "Difenderti dal phishing".

At the bottom right, there is a "Quick links" section with icons for BancoPostaonline, postopay, Mondo, PosteShop, filatelia, post@web, SAPI, and Postetutela.

Utile nel caso si voglia segmentare per scenari di azione

# ORGANIZZAZIONE PER TIPO DI UTENTI



Utile nel caso  
si voglia  
segmentare  
per target

# ORGANIZZAZIONE PER CATEGORIE

The image shows a screenshot of the eBay website. At the top left is the eBay logo with the text "Welcome! Sign in or register." To the right are navigation links: "My eBay | Sell | Community | Customer Support | Cart". Below these is a search bar with a dropdown menu set to "All Categories" and a "Search" button. A "dailydeals Shop now" link is also present.

On the left side, there is a vertical category menu with the following items and right-pointing chevrons:

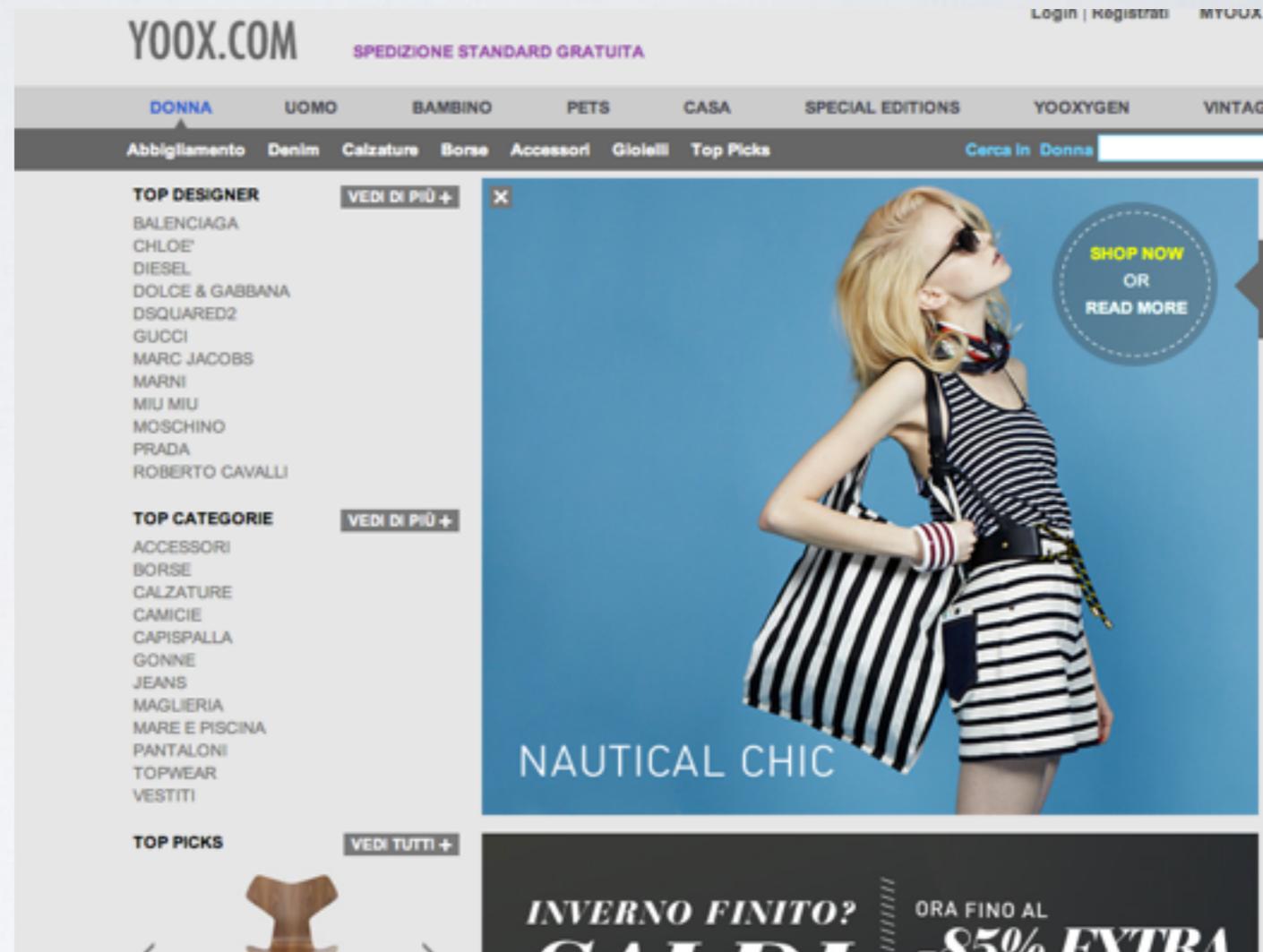
- All Categories
- Fashion
- Motors
- Electronics
- Collectibles & Art
- Home, Outdoors & Decor
- Entertainment
- Deals & Gifts
- Tickets
- Classifieds

The main content area features a promotional banner for "You Can't Fake Fashion". The text "You Can't Fake Fashion" is displayed in a mix of black and red fonts. Below it, it says "Available in four limited edition styles". A red "Shop now" link is positioned to the left of four tote bag styles:

- Gear tote**: A white tote bag with "YOU CANT FAKE fashion" printed in orange and black.
- Bucket tote**: A white bucket-style tote bag with "YOU CANT FAKE fashion" printed in red and black.
- Satchel tote**: A white satchel-style tote bag with "YOU CANT FAKE fashion" printed in green and black.
- Duffel tote**: A white duffel-style tote bag with "YOU CANT FAKE fashion" printed in black.

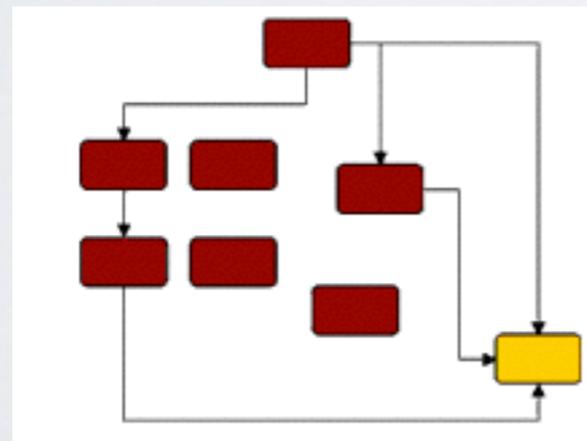
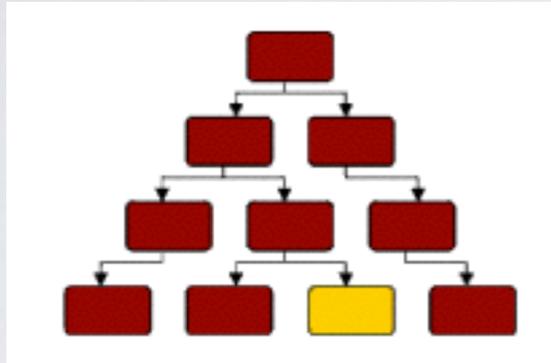
Below the bags, there is a small text overlay: "Invicta Men's Vintage...". At the bottom of the banner, it says "Join eBay and the CFDA in the fight against counterfeits." and a pagination indicator showing "1 2 3 4" with "1" highlighted.

# ORGANIZZAZIONE A FACCETTE



<http://trovabile.org/articoli/guida-alla-classificazione>

# ORGANIZZAZIONE A FACCETTE



[Home](#) > [Cars & Motorsports](#) > [Cars](#)

We found 485 results for Sports Cars

## Refine these Results

by Age

[New](#) (46)

[Used](#) (449)

by Manufacturer

[Ferrari](#) (108)

[Ford](#) (32)

[Porsche](#) (44)

[view more](#)

by Model Year

[1993](#) (26)

[1994](#) (26)

[1997](#) (26)

[view more](#)

by Estimated Price

[\\$10,000 to \\$20,000](#) (126)

[\\$20,000 to \\$30,000](#) (75)

[Under \\$10,000](#) (123)

[view more](#)

## Search Results

Showing 1-15 of 485 items

Page 1 [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) [7](#) [8](#) [9](#) [10](#) ... [33](#)

[Next](#)

Compare

[Hide photos](#)

Sort by  
[Name](#) or [Rating](#)

Sort by  
[Price](#)

Compare



[2003 Nissan 350Z](#)

New, Sports Cars, Nissan, 2003

★★★★★

[10 reviews](#)

[Compare Prices](#)

# ORGANIZZAZIONE PER CLOUD E FOLKSONOMY

**Esplora milioni di foto e video provvisti di geotag!**

Ricerca indirizzo:  [VAI](#)

- [Machu Pichu, Peru](#)
- [Self portraits across the globe](#)
- ['Urban Decay' in the U.S. South](#)
- ['Nature', all over the planet](#)

[Guarda la video guida su come visualizzare e come aggiungere dei geotag al tuo album oppure inizia subito a geotaggarlo!](#)

**Esplora Flickr attraverso i tag**

[art](#) [beach](#) [blue](#) [bw](#) [california](#) [canada](#) [canon](#) [china](#) [christmas](#) [city](#) [concert](#) [de](#)  
[england](#) [europe](#) [family](#) [festival](#) [film](#) [flower](#) [flowers](#) [food](#) [france](#) [friends](#) [green](#)  
[instagramapp](#) [iphoneography](#) [italy](#) [japan](#) [live](#) [london](#) [music](#)  
[nature](#) [new](#) [newyork](#) [night](#) [nikon](#) [nyc](#) [paris](#) [park](#) [party](#) [people](#)  
[photography](#) [portrait](#) [red](#) [sky](#) [snow](#) [square](#) [squareformat](#) [street](#) [summer](#)  
[sunset](#) [travel](#) [trip](#) [uk](#) [usa](#) [vacation](#) [water](#) [wedding](#) [white](#) [winter](#)

# ORGANIZZAZIONE PER METAFORE



**SOLID SOUP**

*Concentrato*  
**CREATIVO**

DESIGN • ORIGINALE  
D.O.C.  
CREATIVO

Solid Soup è come una buona ricetta di cucina; i migliori ingredienti sapientemente miscelati per servire saporiti progetti di comunicazione.  
Un concentrato di idee, capacità, creatività e gusto, che nasce dall'incontro di professionisti di consolidata esperienza e sforna calde e fumanti portate di grafica, web design, illustrazione, fotografia, multimedia ed eventi.  
In tavola un menù completo e variegato capace di soddisfare i palati più esigenti, alla ricerca del piatto perfetto, del sapore assoluto.  
Solid Soup stende la tovaglia, mette l'acqua sul fuoco e stappa un'ottima annata.  
**Benvenuti, buongustai.**

**BLITZ** Studio + **fabbrikk** + **irenk** DESIGNER

<http://solidsoup.com/>

# ORGANIZZAZIONE PER METAFORE

CHI SIAMO   LAVORI   SERVIZI   CONTATTI

**SOLO I MIGLIORI INGREDIENTI**

GRAFICA  
WEB  
ILLUSTRAZIONE  
MULTIMEDIA  
FOTOGRAFIA  
COMUNICAZIONE  
EVENTI

**GRAFICA • STAMPA**

Non dimenticare che molti clienti possono ancor oggi essere efficacemente raggiunti al di fuori del web. Siamo specializzati nel realizzare qualsiasi strumento di comunicazione grafica.

**SITI WEB • E-COMMERCE**

Un sito progettato con cura può fare la differenza tra il successo e il fallimento nel mercato moderno. Non perderti in un mare di siti mediocri. Noi creiamo forti esperienze web che ti aiuteranno a far crescere la tua presenza online.

**ILLUSTRAZIONE**

A volte un approccio meno convenzionale può essere l'idea vincente per la tua immagine. Mettiamo al tuo servizio illustratori di alto livello, che daranno quel tocco fresco ed originale di cui hai bisogno.

**FOTOGRAFIA • VIDEO • MULTIMEDIA**

Non puoi sottovalutare l'importanza della giusta immagine nel presentarti. Siamo in grado di creare l'immagine di cui hai bisogno e di applicarla a tutti i media richiesti dal tuo progetto.

**COMUNICAZIONE • EVENTI**

Il tuo marchio è importante. Presentarsi in maniera corretta è importante. Possiamo aiutarti a rendere più consistente il tuo marchio attraverso forti campagne di comunicazione.

<http://solidsoup.com/>

# ORGANIZZAZIONE PER METAFORE



# ORGANIZZAZIONE PER METAFORE: ATTENZIONE ALLE METAFORE ABUSATE



# ORGANIZZAZIONE PER METAFORE: ATTENZIONE ALLA CONSISTENCY

**just dot**  
Media Services

Home Portfolio About Us Blog Contacts

u are here... what we have done! what we can do! read me! where u can find us!

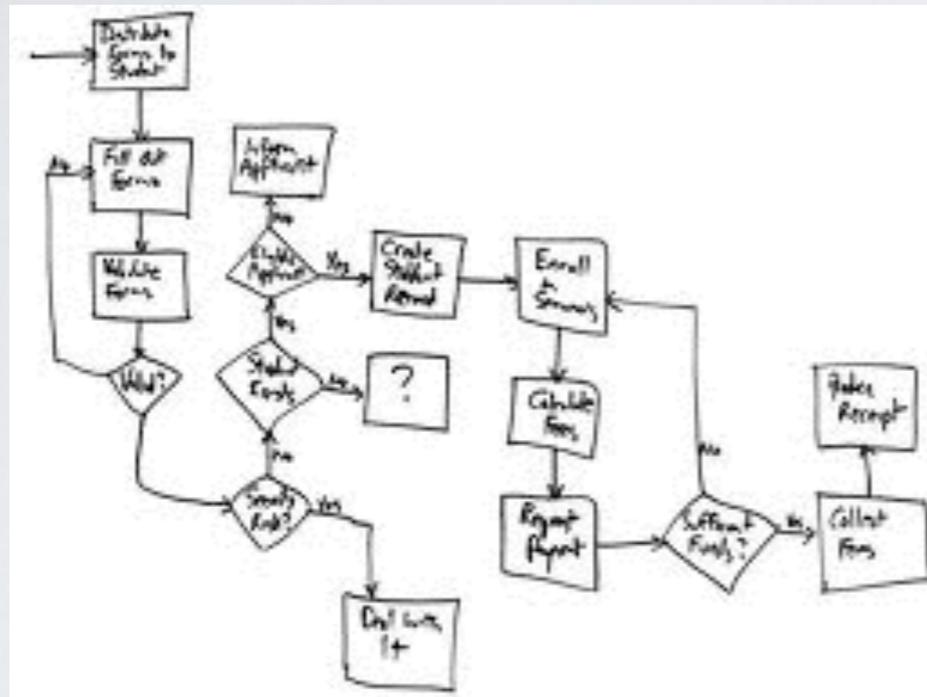
**Hi There!**  
"Έχω μια φανταστική ιδέα!"  
Η καθημερινή έκφραση που αγαπάμε να ακούμε!!  
Τα νέα πρότυπα web business που εισάγονται στην αγορά γεννιούνται από τις πιο απλές ιδέες. Είμαστε έτοιμοι να τις υλοποιήσουμε και να τους δώσουμε εμπορική αξία. Το εργαστήριο μας είναι πάντα στη διάθεσή σας.  
Η πιο δυνατή επικοινωνιακή πολιτική μέσω Web, Software και New tech Applications, βασισμένη στα πρότυπα της επιχειρησής σας.... Is ready to Dot the market.

web sites from brilliant ideas  
application development  
Latest Projects  
advertising solutions  
early stage investor  
iphone applications

**Brilliant Ideas Come to Life**

Home Portfolio About Us Blog Contacts

# AL LAVORO!



Elaborare il flow chart di macroprogettazione del proprio SNS.