



SOCIAL NETWORKING: TECHNOLOGIES AND APPLICATIONS

Laurea Specialistica in Ingegneria del Cinema e dei Mezzi di Comunicazione

docente: Gabriella Taddeo

mail: gabriella.taddeo@polito.it



PROGETTARE LA SOCIALITÀ



SOCIAL DESIGN

The image shows a screenshot of the YouTube homepage from around 2007. At the top left is the YouTube logo with the tagline "Broadcast Yourself™". To the right of the logo are links for "Worldwide (All)" and "English". Further right are user account options: "ccrumlish", "(0)", "Account", "QuickList (0)", and "He". Below the logo is a navigation bar with tabs for "Home", "Videos", "Channels", and "Community". A search bar is located below the navigation bar, with a dropdown menu set to "Videos" and a "Search" button. Below the search bar is a link for "advanced" search. A "Add / Remove Modules" button is visible on the left. The main content area is divided into several sections: "Subscriptions" (with a message that no subscriptions have been added yet), "Recommended for You" (featuring three video recommendations: "Obama On Biden, Palin", "The Muppets - Mr Beakerstone", and "Usability and Software Architect..."), and "Featured Videos" (featuring "SNOWBLOOD" and "JOSH PYKE: Guitar Boat Hero"). On the right side, there is a large video player showing a scene from "The Rabbids Movie" with a play button overlay. Below the video player is a section for "Game you can't play with your butt: Charades" with a rating of two stars and 177 comments. At the bottom right is an "Inbox" section showing 0 Personal Messages, 0 Shared with you, 0 Comments, 0 Friend Invites, and 0 Video Responses.

La pagina che Youtube crea per noi quando abbiamo visitato il sito e ci siamo iscritti comprende molte strategie per attirare la nostra interazione. Potete individuarne alcune?

ALCUNI PRINCIPI

Lascia deliberatamente delle cose incomplete e degli spazi di interazione per completarle. Disegna le regole dell'interazione, ma non i risultati. Alcune modalità:

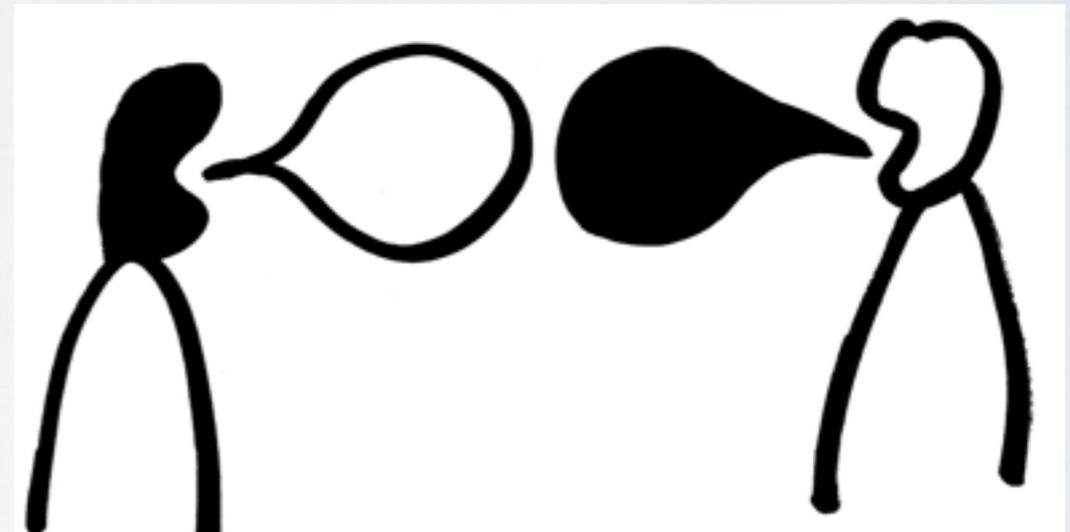
- customization
- skinning
- user-generated contents
- tag e folkonomie



FAI PARLARE IL SISTEMA COME UNA PERSONA

Crea uno stile conversazionale, la tua interfaccia deve “parlare” all’utente in modo naturale. Evita uno stile burocratico o da liceale.

Non usare slang oscuro, fai in modo che l’interazione con il sistema sia più simile possibile a quella con un utente umano in quel contesto.



GESTISCI IN MODO "FAIR" I MESSAGGI DI ERRORE



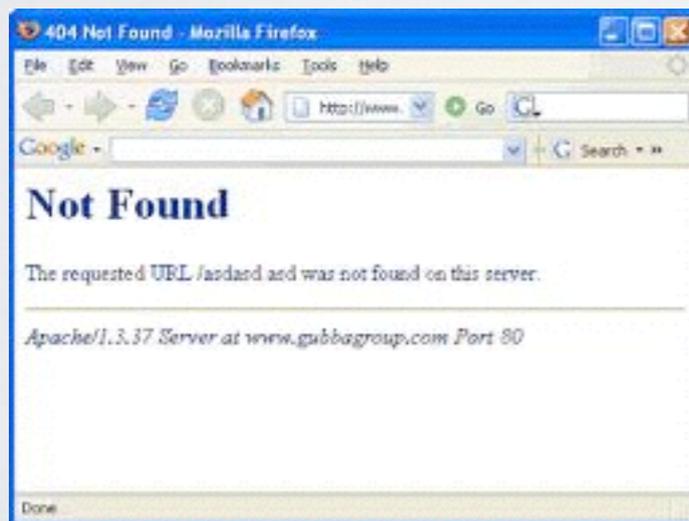
Customer Service and Support for
SlideShare

SlideShare is here!
10 employees are listening and participating

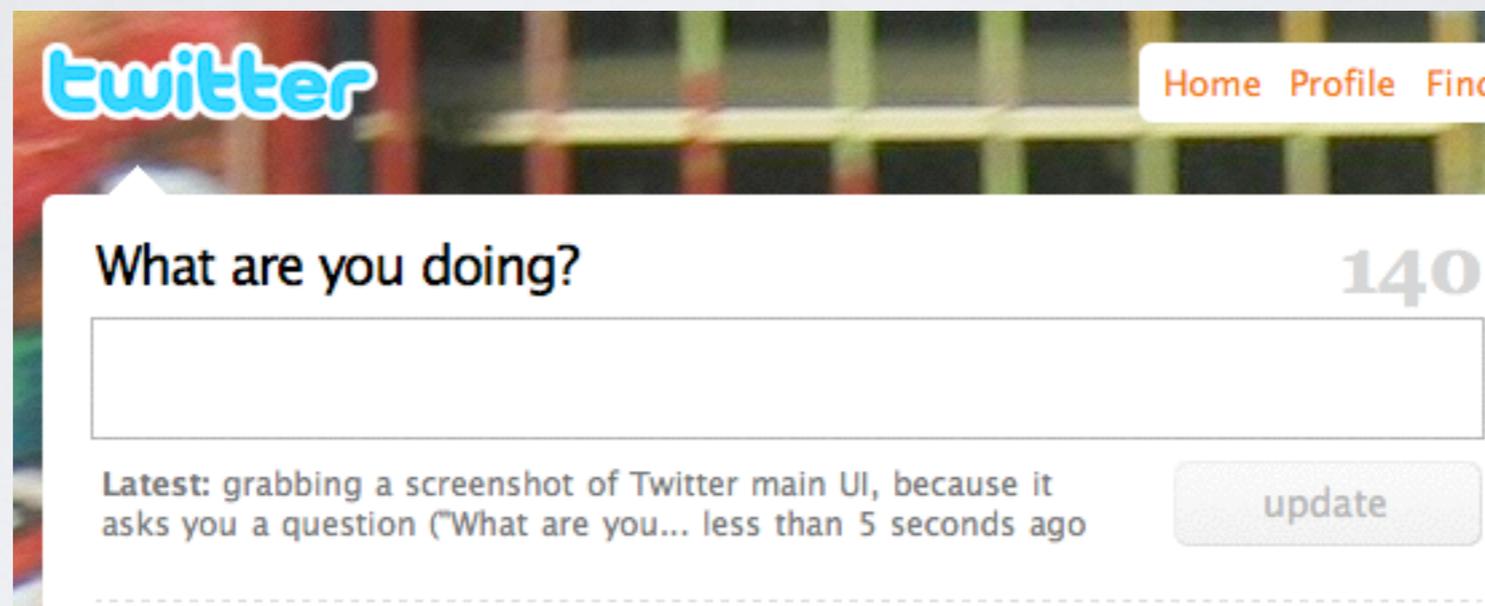
Topics | People | 11 Products & Services | Overheard

We couldn't find it...

Looking for a company that's not here yet? [Add it to Get Satisfaction!](#)



FAI DOMANDE



MY O YOUR?

La questione di quale “persona” dare all’interazione non è banale.

Un brand che ha una personalità che lo connota come una persona, o che parla a nome di gruppi, userà il “Tuo” (es. il tuo archivio). Un brand che si propone come un’estensione del proprio spazio personale userà il “Mio” (es. il mio archivio).

L’uso della persona giusta connota lo spazio digitale come uno spazio dedicato all’interazione sociale piuttosto che individuale

IL SÈ NEI SOCIAL NETWORK

- Identità
- Presenza
- Reputazione
- Azione
- Relazione



IL SÈ NEI SOCIAL NETWORK: REGISTRAZIONE

- 1) Chiedi solo le informazioni necessarie a garantire la migliore esperienza con il sito;
- 2) Distribuisci se possibile la raccolta di informazioni anche in altri step o automatismi del sito;
- 3) Situa il momento di registrazione solo dopo aver garantito una prima navigazione sul sito e assicurato l'interesse del fruitore;
- 4) Fornisci messaggi di feedback e suggerimenti sulla correttezza di user e password, e non messaggi di errore;
- 5) Se lo user è necessario solo per l'interazione con il sistema (e non con altri utenti), non pretendere uno unique user id.

1. Tell us about yourself...

My Name 

Gender

1. Tell us about yourself...

My Name

Gender

 **Birthday**  Are you really from the future?

I live in

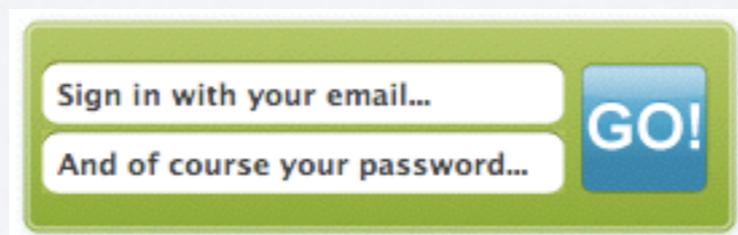
Postal Code

IL SÈ NEI SOCIAL NETWORK: REGISTRAZIONE

Se possibile usa uno open ID e consenti agli utenti di registrarsi tramite altri siti (es. usando le credenziali di Facebook)

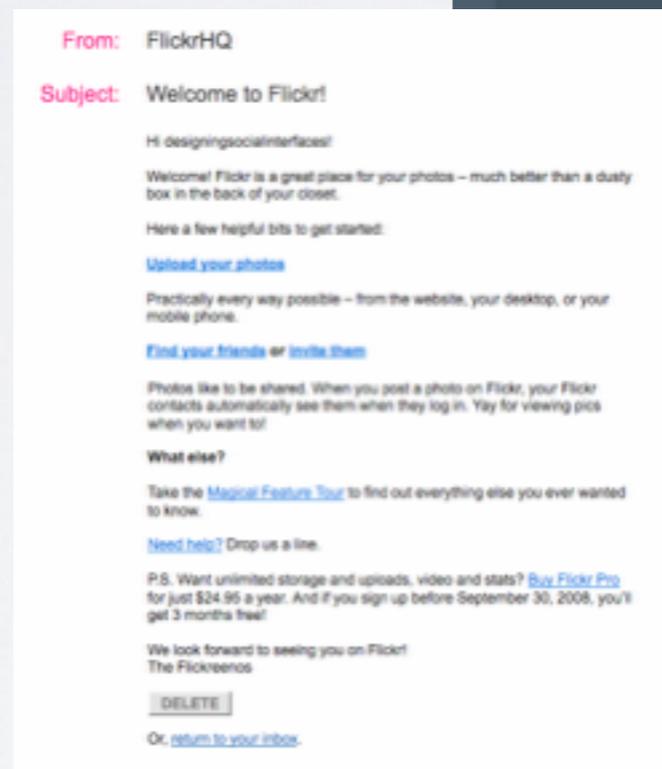
IL SÈ NEI SOCIAL NETWORK: LOGIN

- 1) Utilizza il login a area riservata se questa ha un reale valore aggiunto per l'utente: dati privati, forte customizzazione, ecc.
- 2) Supporta l'utente nella compilazione dei campi di login con dei campi di suggerimento
- 3) Una volta loggato, fornisci all'utente segnali chiari dell'essere entrato in area privata e del possibile logout
- 4) Rendi chiaramente visibile e non automatica l'opzione "mantienimi loggato su questo computer"



IL SÈ NEI SOCIAL NETWORK: PAGINA DI BENVENUTO (LANDING PAGE)

- 1) Presenta in modo caldo e accogliente il sito al nuovo utente come un ospite in casa tua;
- 2) Fornisci snelle istruzioni sulle possibilità di utilizzo;
- 3) Abbina anche una mail alla pagina di benvenuto;
- 4) Permetti all'utente di uscire facilmente dalla pagina di benvenuto



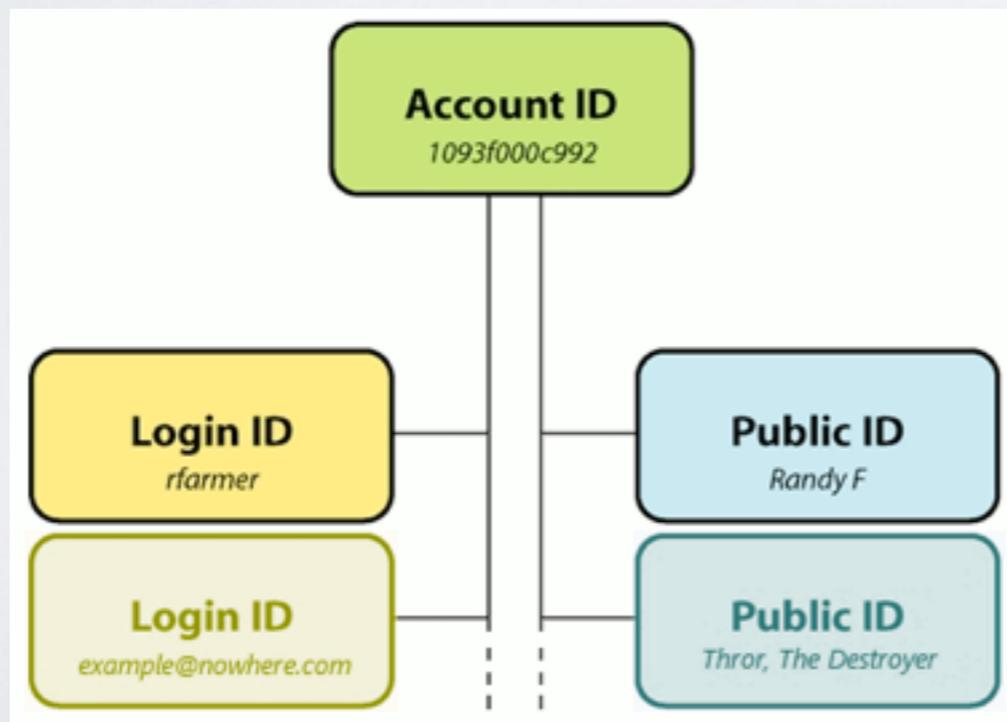
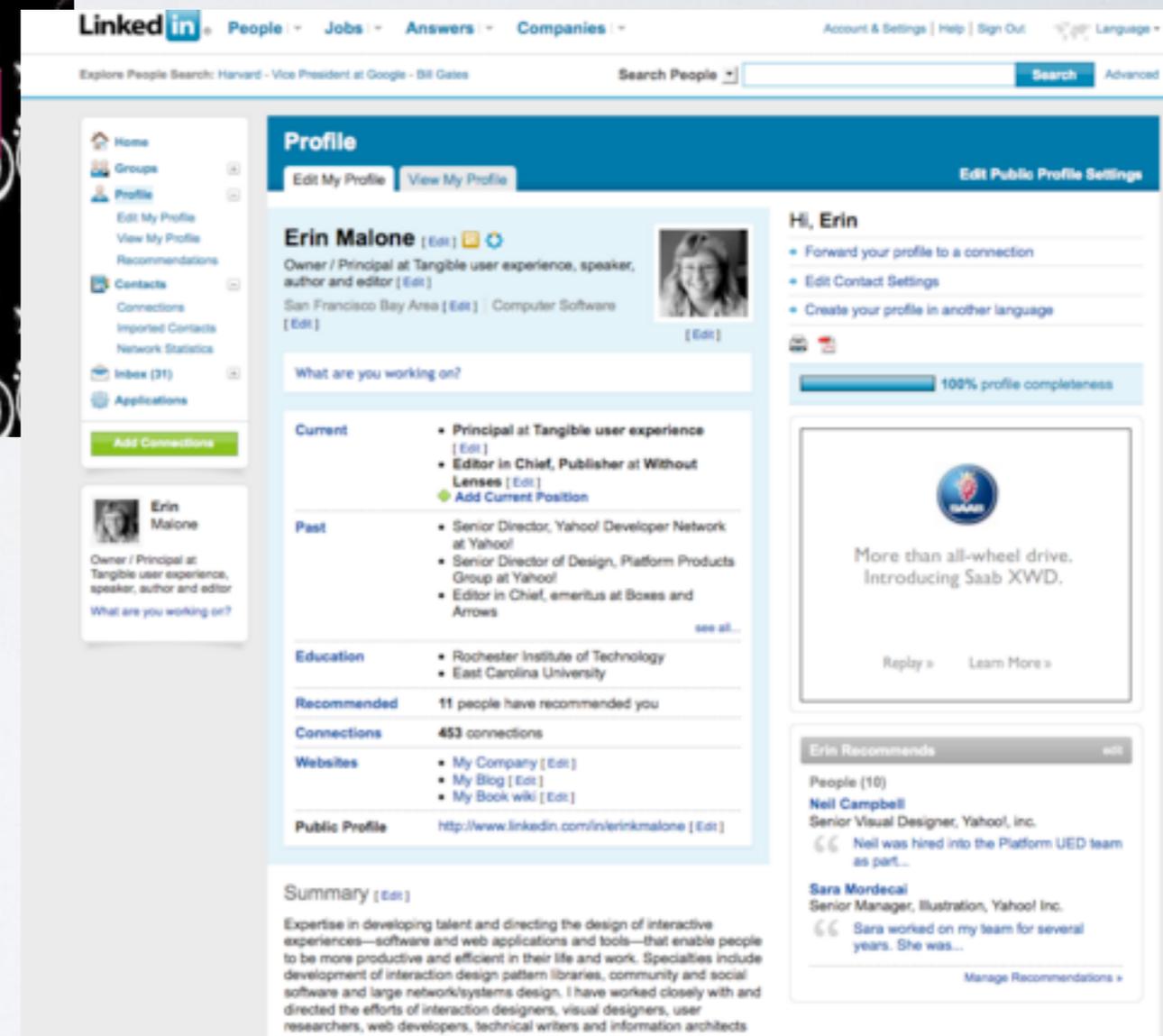
IL RE-ENGAGEMENT

Dopo la registrazione, la sfida è mantenere gli utenti sul proprio sito e farli tornare.

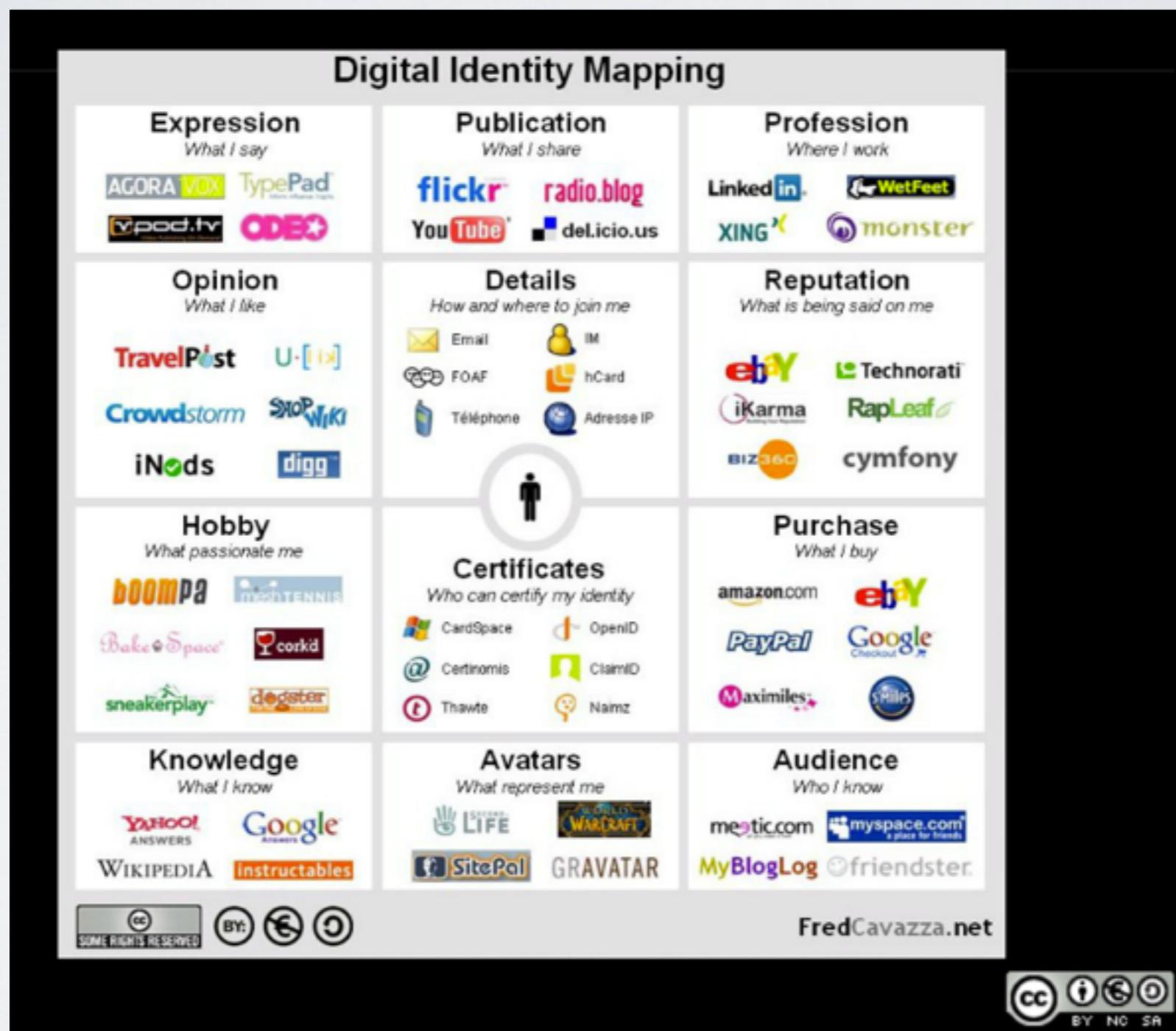
- Chiedi l'ok per l'invio di e-mail durante la fase di registrazione.
- Le e-mail vanno pianificate con cura, non devono diventare spamming.
- Nelle e-mail sottolinea feature strategiche per l'utente, o nuove feature
- Se il sito si basa su relazioni, evidenzia alcune informazioni pubbliche di aggiornamento sugli amici, che possano interessare l'utente-
- La mail deve contenere una chiara "call to action" che inviti l'utente a rientrare nel sistema.



IDENTITÀ ON LINE: UNA SCELTA DI DESIGN



IDENTITÀ ON LINE: LE DIVERSE AREE



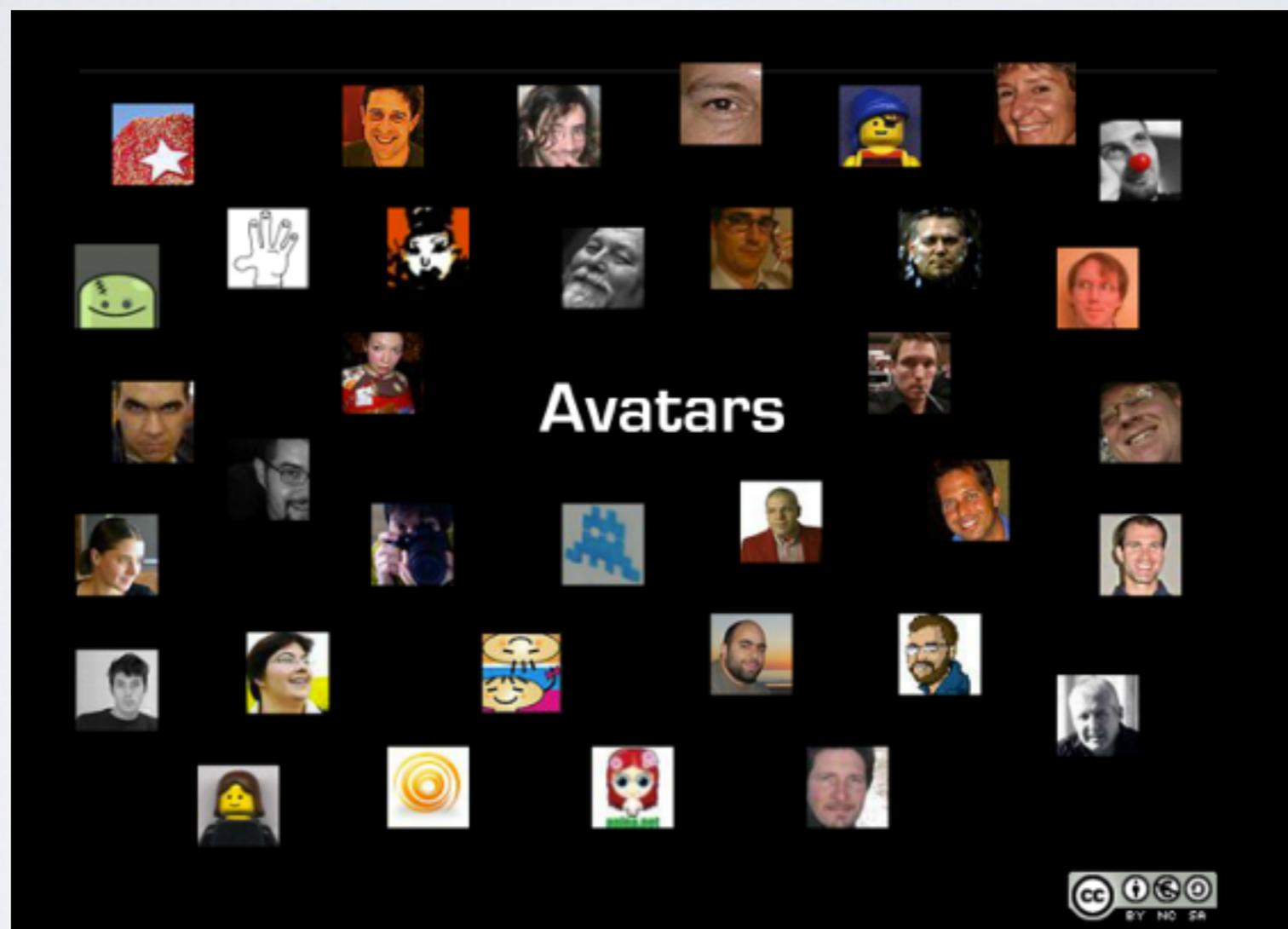
IDENTITÀ ON LINE: LE DIVERSE AREE

Webb/Butterfield/Smith Model



Based on [Matt Webb](#), [Stewart Butterfield's](#) and [Gene Smith's](#) writings

IDENTITÀ ON LINE: AVATAR O PROFILI?



IL PROFILO

- E' essenziale quando si vuole permettere agli utenti l'auto-espressione
- E' importante se si vuole consentire agli utenti di sbirciare nella vita degli altri
- Le informazioni contenute agevolano le interazioni sociali e la creazione di legami
- E' decisivo lavorare sulla scalabilità e il controllo da parte dell'utente delle informazioni pubbliche e private
- L'autenticità del profilo è una scelta che dipende dagli scopi del sito

What can people see on my public profile?

Profile Info (edit profile info)

- Basic profile: name, gender, location
- Photo
- About Me
- Work contact info
- Home contact info
- Professional history
- Education

My Public Content

- Status updates
- Public feeds
- Websites I use

Save changes Cancel



erinmalone@yahoo.com

Who Can See This?

Friends

- Friends of Friends
My friends and their friends can see this.
- Only Friends
Only friends can see this.
- Some Friends
Choose specific friends who can see this.
- Only Me
Only you and selected networks can see this.

Networks

None of My Networks

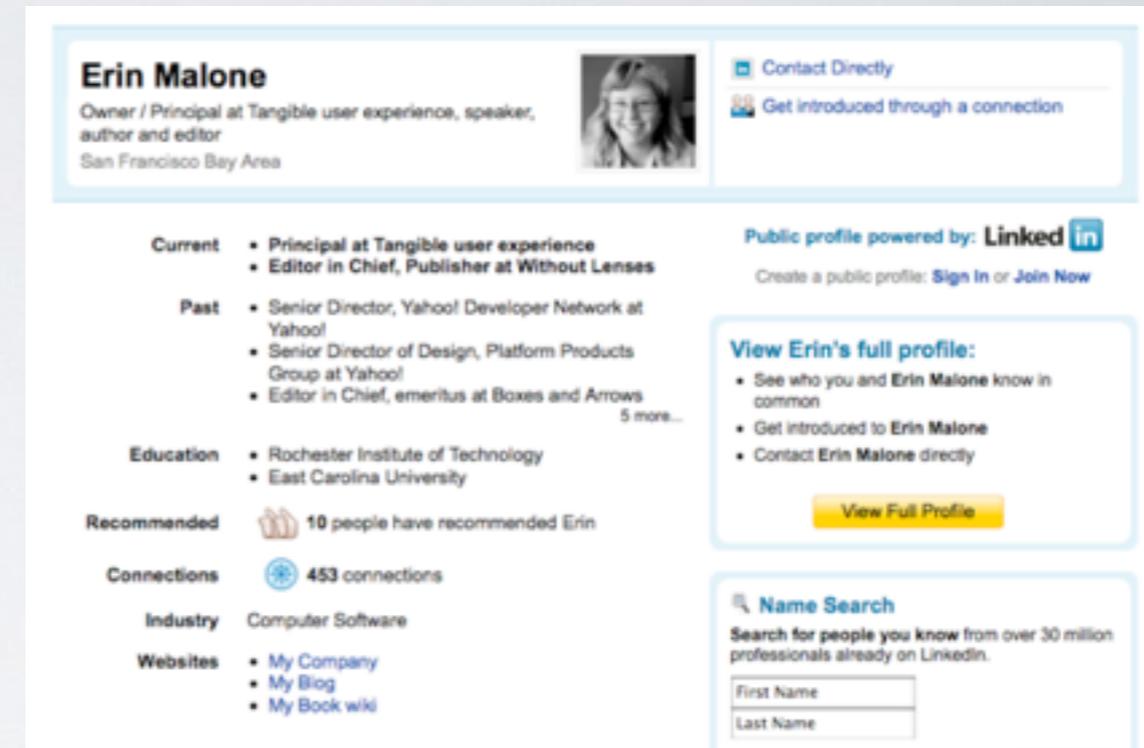
Except These People

Start typing a friend's name

Okay Cancel

IL PROFILO

- E' importante favorire l'inserimento, nel profilo, di quelle informazioni e contenuti che saranno utili alla creazione di relazioni e scambi.
- In ogni caso l'utente non deve mai essere forzato a fornire più informazioni di quanto non sia necessario



Erin Malone
Owner / Principal at Tangible user experience, speaker, author and editor
San Francisco Bay Area

Contact Directly
Get introduced through a connection

Public profile powered by: **LinkedIn**
Create a public profile: [Sign In](#) or [Join Now](#)

Current

- Principal at Tangible user experience
- Editor in Chief, Publisher at Without Lenses

Past

- Senior Director, Yahoo! Developer Network at Yahoo!
- Senior Director of Design, Platform Products Group at Yahoo!
- Editor in Chief, emeritus at Boxes and Arrows 5 more...

Education

- Rochester Institute of Technology
- East Carolina University

Recommended 10 people have recommended Erin

Connections 453 connections

Industry Computer Software

Websites

- My Company
- My Blog
- My Book wiki

View Erin's full profile:

- See who you and Erin Malone know in common
- Get introduced to Erin Malone
- Contact Erin Malone directly

[View Full Profile](#)

Name Search
Search for people you know from over 30 million professionals already on LinkedIn.

First Name
Last Name

▼ Education and Work

College/University:

Concentration:

Second Concentration:

Third Concentration:

[Add Another Concentration](#)

Degree:

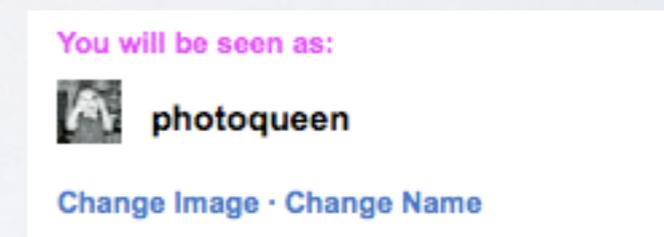
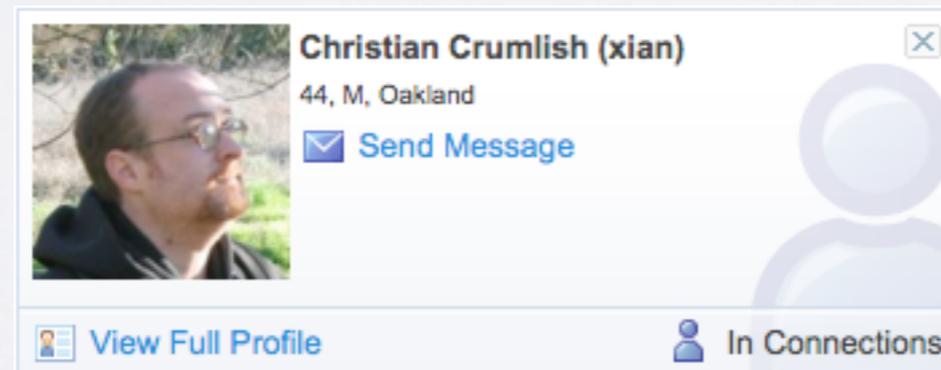
[Remove School](#)

College/University:

Concentration:

INDICATORI DI IDENTITÀ NELLE INTERAZIONI

- Sintetiche informazioni sul profilo sono accompagnate come label alle interazioni dell'utente in community, e permettono agli altri utenti di risalire a una carta d'identità dell'autore e a ridurre l'anonimato dell'interazione



INDICATORI DI ATTRIBUZIONE

Gli indicatori di “status”, come il rating, la reputazione, la presenza ecc, possono comparire in maniera sintetica accanto ai contenuti: ciò aiuterà a creare relazione tra contenuti e persone.

RELAZIONI TRA CONTENUTI (ES. LO STESSO TAG PER DUE CONTENUTI)

RELAZIONI TRA PERSONE (ES. AMICI, COLLEGHI)

RELAZIONI CONTENUTI-PERSONE (ES. PROFILO ASSOCIATO AL CONTENUTO)

  2  22
Thomas S.
San Francisco, CA

 10/28/2008

Love, love, love! It's a strong word, but greatly deserved stop by for an afternoon snack WAY to often. I'm a big fan and it doesn't let me down.

The black and white **cupcakes** are a staple. As well as the buttercup **cupcakes**, brownie bites, you see where I'm coming from.

They get fresh deliveries every day so they're pretty fresh out there, but totally worth it.

[Bookmark](#) [Send to a Friend](#) [Link to This Review](#)

  49  211
Allison T.
San Francisco, CA

 10/15/2008

Mini bite-sized cupcakes for about \$1 a pop....what more (now now I love Kara's) but I just didn't want to spend the money people would appreciate it. I ordered 6 chocolate on chocolate 6 mini carrot cakes....can't go wrong with the mini carrot cupcakes for other parties.

People thought this was: Useful (1) Cool (1)

[Bookmark](#) [Send to a Friend](#) [Link to This Review](#)

TESTIMONIAL

Testimonials

[Write a testimonial about Mark Interrante \(aka pinhole\)](#)

Norby says:

"What more can I say that his pictures can't?"



I'm jealous :)

-N"

jason.s says:

"Mark is someone you don't have to know to know that he has a keen eye for shooting inanimate, abstracts, people -- i.e., a variety of subjects. Add in the fact he shoots a ton of my hometown, and you have someone's photostream I won't miss any new shots from!"



Sylph* says:

"Rarely does one come across a photographer who blends art and science so perfectly. Mark is technically savvy and creatively gifted, and he observes and captures what many of us might miss.



Mark's immense talent is derived from curiosity and passion, something he shares with everyone around him.

My favorites include his macro and night work, and his architectural abstracts, but I am always amazed how he elevates humor and whimsy to a higher plane.

Thanks for all the incredible inspiration!"

Recommend Christian as a:

- Colleague:** You've worked with Christian at the same company
- Service Provider:** You've hired Christian to provide a service for you or your company
- Business Partner:** You've worked with Christian, but not as a client or colleague
- Student:** You were at school when Christian was there, as a fellow student or teacher.

[Go](#) or [Cancel](#)

Add a testimonial for xian

xian will have the chance to review this testimonial before it is published, so don't bother with something rude or nasty.

Your Testimonial

(No HTML please.)

[PREVIEW](#) OR

[SAVE THIS](#)

Or, [return to your launch page.](#)

AVATAR

photoqueen

 Female   
san francisco

Profile Views: 1,118 time
Member Since: Jun '07
Last Login: **Online Now**

[add a short bio](#)

Recent Visitors

 healthsofei	 Colon Cleans...	 Arif M
 Aynoor	 OMNIWOW999	 Deew
 Takumi86	 arimushin	 RiceBear



Today I'm:  **Delighted**

skype Create your own **humeticon**



Connect with Facebook to show the world your ID Best!

DALLO "STATUS" ALLE EMOZIONI. IDENTITÀ EMOTIVE



Il neonato social network emotid mira a costruire identità e profili non più basati su dove siamo, cosa facciamo, ecc, ma sul nostro *mood* emotivo

<http://www.emotid.com/#/>

LA DASHBOARD: LA PLANCIA DI COMANDO

La dashboard deve permettere all'utente di controllare tutte le principali caratteristiche del profilo, di monitorare le ultime azioni svolte, visionare gli aggiornamenti più interessanti, accedere ai contenuti più importanti per il proprio profilo, personalizzare.



DASHBOARD

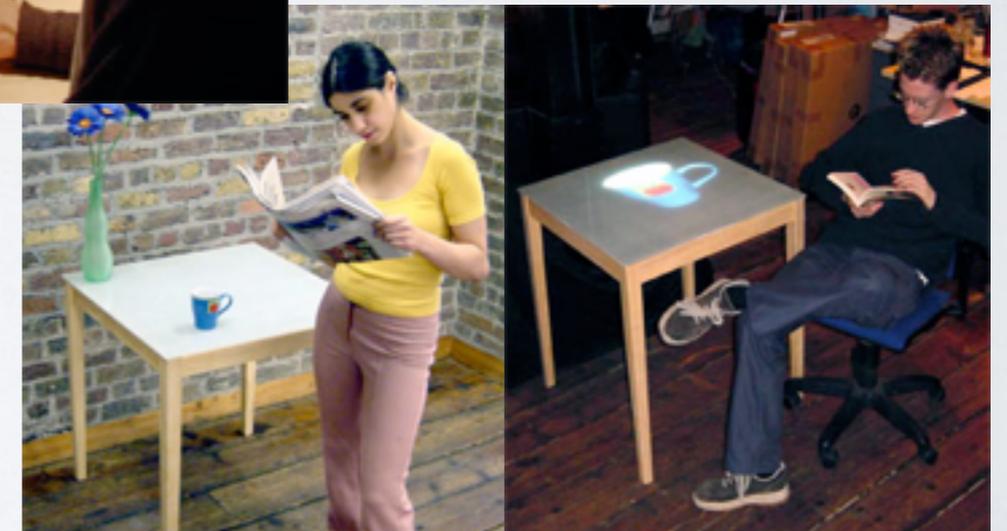
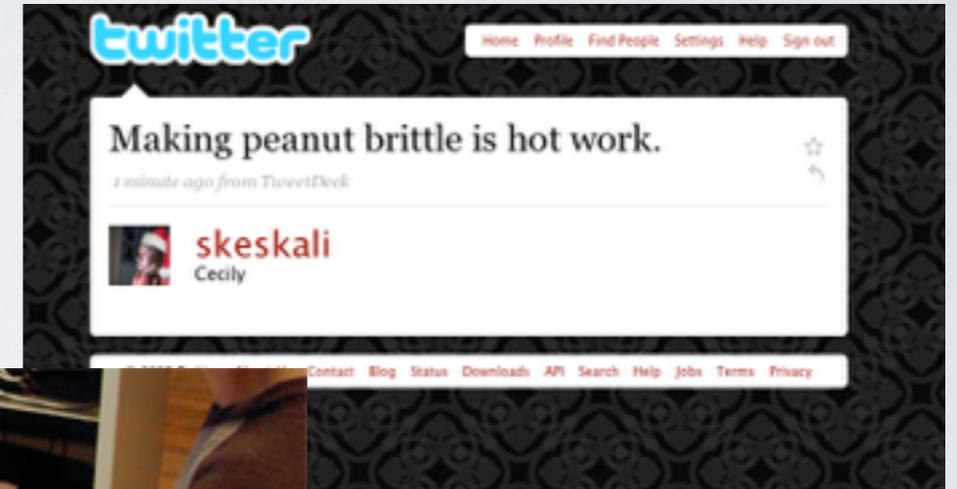
Seleziona una dashboard di uno dei seguenti
SNS

(Twitter, Facebook, Filckr, Foursquare, Instagram,
Upcoming) e individua le seguenti
caratteristiche:

- funzioni di profilazione abilitate
- funzioni di aggiornamento individuale
- funzioni di aggiornamento sul proprio network
- aggiornamento generalista
- inviti all'azione
- altro...

PRESENZA

- Semplice presenza statica nel web (sito)
- Instant Messaging e microblogging (sincrono e asincrono)
- Indicatori di presenza (es. in Skype, interazioni sincrone)
- In futuro: interfacce aptiche e indicatori di presenza integrati nell'ambiente
- La presenza può essere gestita in modo selettivo

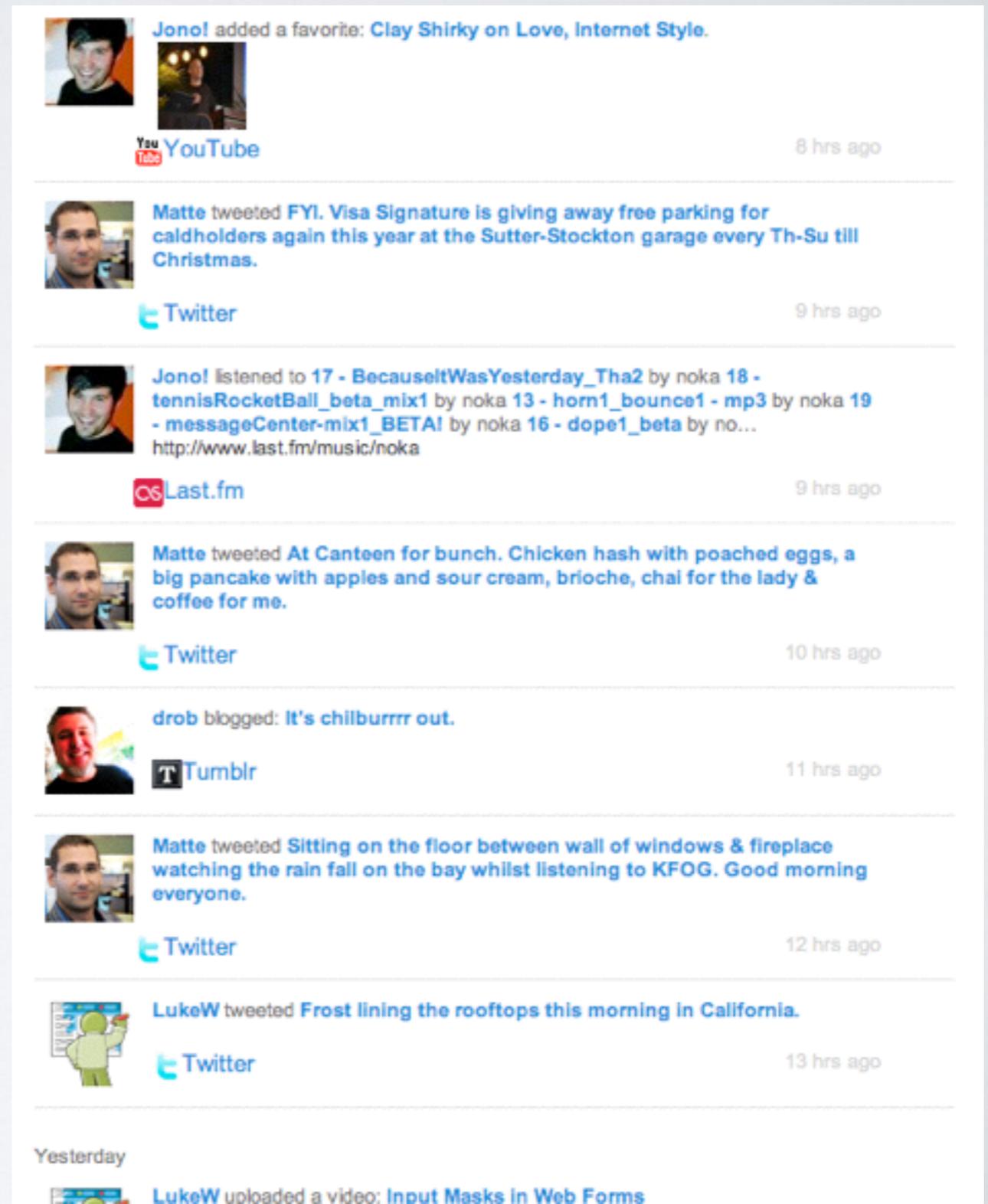


<http://web.media.mit.edu/~stefan/hc/projects/habitat/>

<http://web.media.mit.edu/~stefan/hc/projects/one2one/>

“SONO CIÒ CHE FACCIAMO!” (SUI SOCIAL...)

- Altri indicatori di presenza possono segnalare il tipo di azione che l'utente sta compiendo, e il tipo di musica che l'utente sta ascoltando (es. Lastfm) o le attività più recenti sui social media: questa indicazione di ambiente può essere spunto di conversazione.



The screenshot displays a vertical feed of social media activities. Each entry includes a user profile picture, the platform logo, the user's name, and the action performed. The activities are as follows:

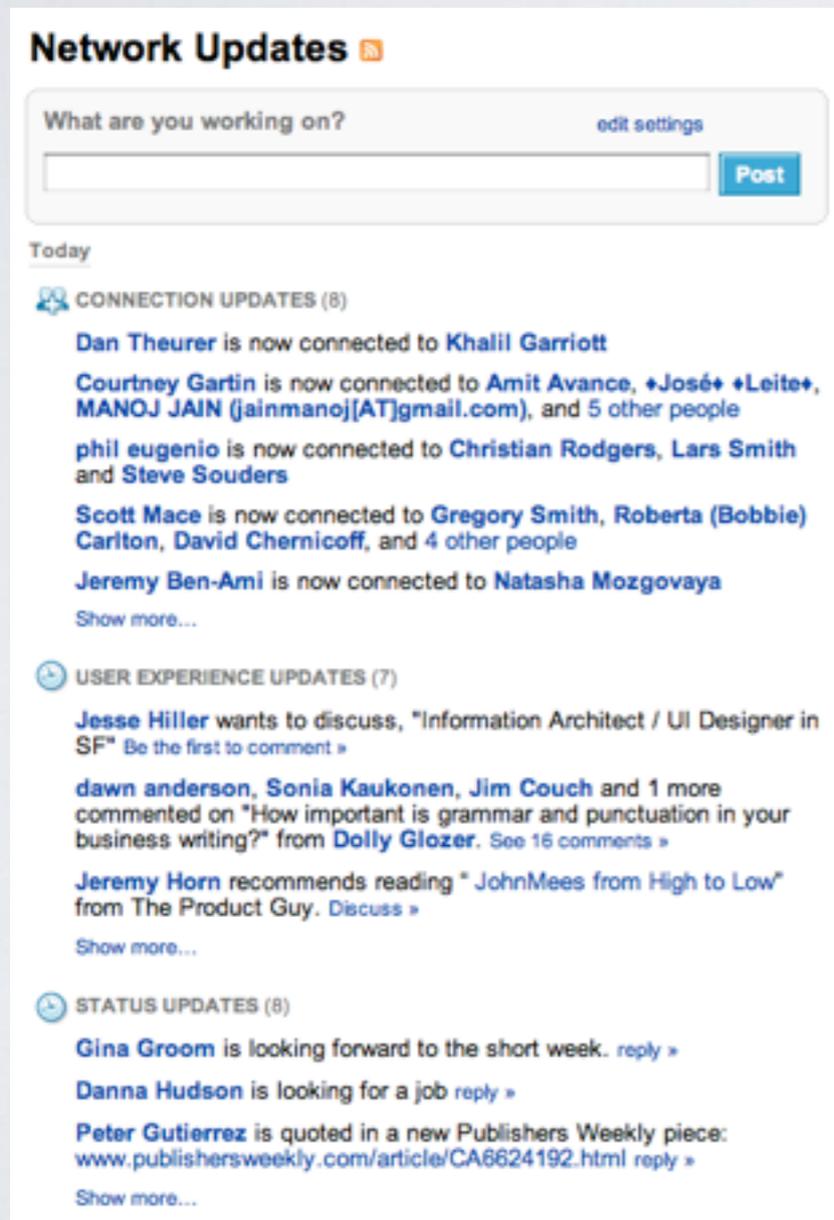
- Jono!** added a favorite: [Clay Shirky on Love, Internet Style.](#) (YouTube, 8 hrs ago)
- Matte** tweeted [FYI. Visa Signature is giving away free parking for calholders again this year at the Sutter-Stockton garage every Th-Su till Christmas.](#) (Twitter, 9 hrs ago)
- Jono!** listened to [17 - BecauseItWasYesterday_Tha2](#) by [noka 18 - tennisRocketBall_beta_mix1](#) by [noka 13 - horn1_bounce1 - mp3](#) by [noka 19 - messageCenter-mix1_BETA!](#) by [noka 16 - dope1_beta](#) by no... (Last.fm, 9 hrs ago)
- Matte** tweeted [At Canteen for bunch. Chicken hash with poached eggs, a big pancake with apples and sour cream, brioche, chai for the lady & coffee for me.](#) (Twitter, 10 hrs ago)
- drob** blogged: [It's chilburrrr out.](#) (Tumblr, 11 hrs ago)
- Matte** tweeted [Sitting on the floor between wall of windows & fireplace watching the rain fall on the bay whilst listening to KFOG. Good morning everyone.](#) (Twitter, 12 hrs ago)
- LukeW** tweeted [Frost lining the rooftops this morning in California.](#) (Twitter, 13 hrs ago)

Yesterday

- LukeW** uploaded a video: [Input Masks in Web Forms](#)

VITALITÀ DEL SITO: ALCUNI INDICATORI

Nuovi contenuti



Network Updates

What are you working on? [edit settings](#) **Post**

Today

CONNECTION UPDATES (8)

- Dan Theurer is now connected to Khalil Garriott
- Courtney Gartin is now connected to Amit Avance, +José+ +Leite+, MANOJ JAIN (jainmanoj[AT]gmail.com), and 5 other people
- phil eugenio is now connected to Christian Rodgers, Lars Smith and Steve Souders
- Scott Mace is now connected to Gregory Smith, Roberta (Bobbie) Carlton, David Chernicoff, and 4 other people
- Jeremy Ben-Ami is now connected to Natasha Mozgovaya

Show more...

USER EXPERIENCE UPDATES (7)

- Jesse Hiller wants to discuss, "Information Architect / UI Designer in SF" Be the first to comment »
- dawn anderson, Sonia Kaukonen, Jim Couch and 1 more commented on "How important is grammar and punctuation in your business writing?" from Dolly Glozer. See 16 comments »
- Jeremy Horn recommends reading "JohnMees from High to Low" from The Product Guy. Discuss »

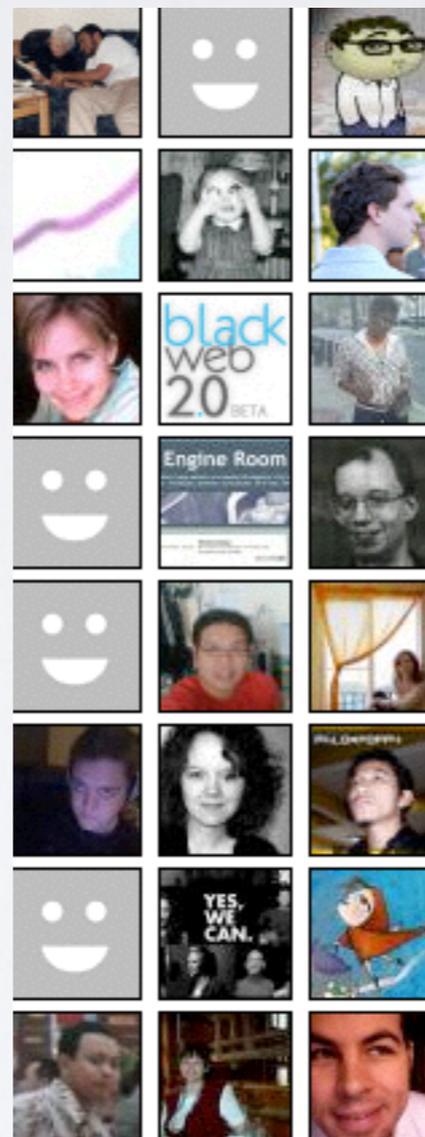
Show more...

STATUS UPDATES (8)

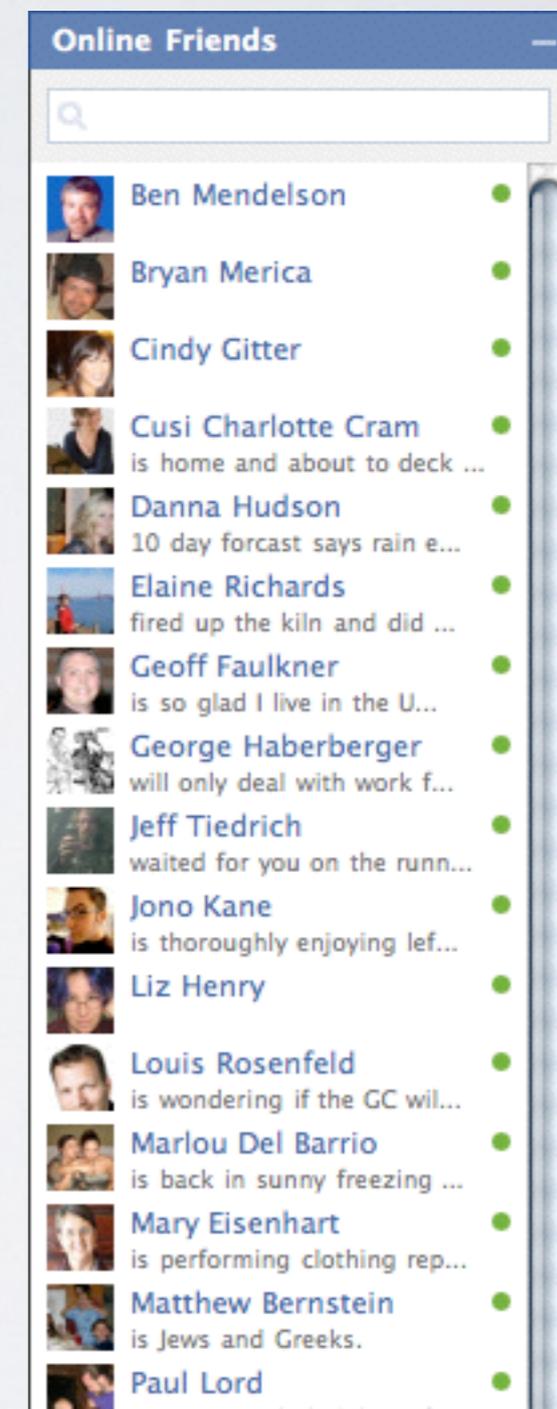
- Gina Groom is looking forward to the short week. [reply](#) »
- Danna Hudson is looking for a job [reply](#) »
- Peter Gutierrez is quoted in a new Publishers Weekly piece: www.publishersweekly.com/article/CA6624192.html [reply](#) »

Show more...

Nuovi amici



Amici presenti



Online Friends

Search

- Ben Mendelson
- Bryan Merica
- Cindy Gitter
- Cusi Charlotte Cram
is home and about to deck ...
- Danna Hudson
10 day forecast says rain e...
- Elaine Richards
fired up the kiln and did ...
- Geoff Faulkner
is so glad I live in the U...
- George Haberberger
will only deal with work f...
- Jeff Tiedrich
waited for you on the runn...
- Jono Kane
is thoroughly enjoying lef...
- Liz Henry
- Louis Rosenfeld
is wondering if the GC wil...
- Marlou Del Barrio
is back in sunny freezing ...
- Mary Eisenhart
is performing clothing rep...
- Matthew Bernstein
is Jews and Greeks.
- Paul Lord

POSIZIONAMENTO DEL PROPRIO SNS

Individuare i modelli di individuazione all'interno del social:

- Dati Profilazione (utili a creare connessioni con altri utenti e contenuti specifici)
- Definizione pagina personale e/o avatar
- Azioni possibili (aggiornamento status, portfolio, eventuale dashboard)