



SOCIAL NETWORKING: TECHNOLOGIES AND APPLICATIONS

Laurea Specialistica in Ingegneria del Cinema e dei Mezzi di Comunicazione

docente: Gabriella Taddeo

mail: gabriella.taddeo@polito.it



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>

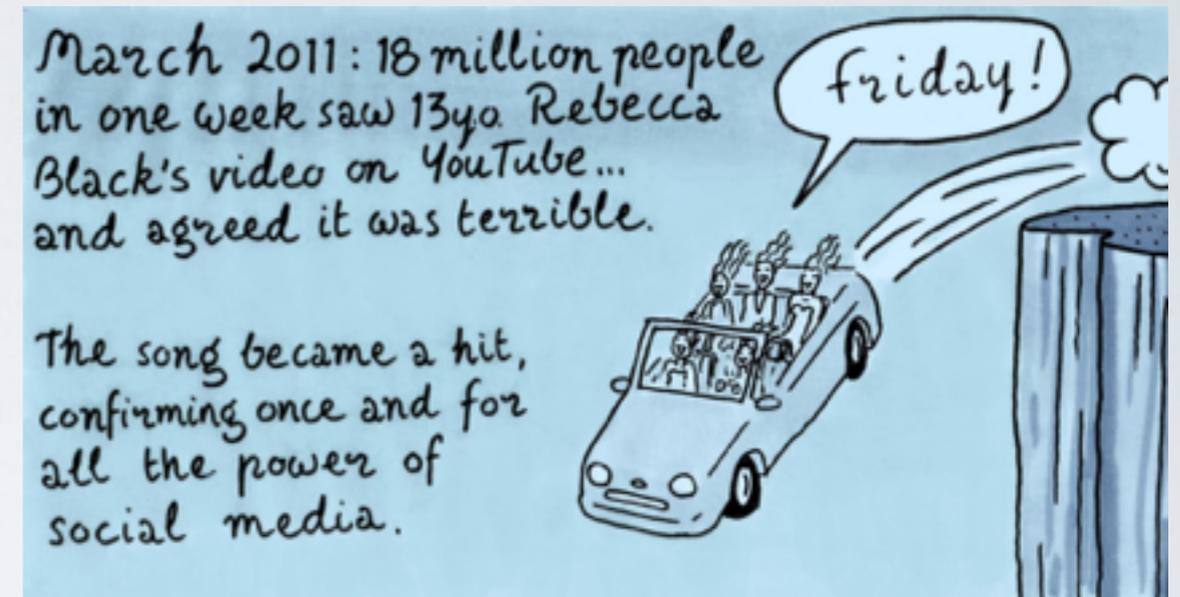
Launch Dates of Major Social Network Sites



Timeline

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

Storia a fumetti dei social network



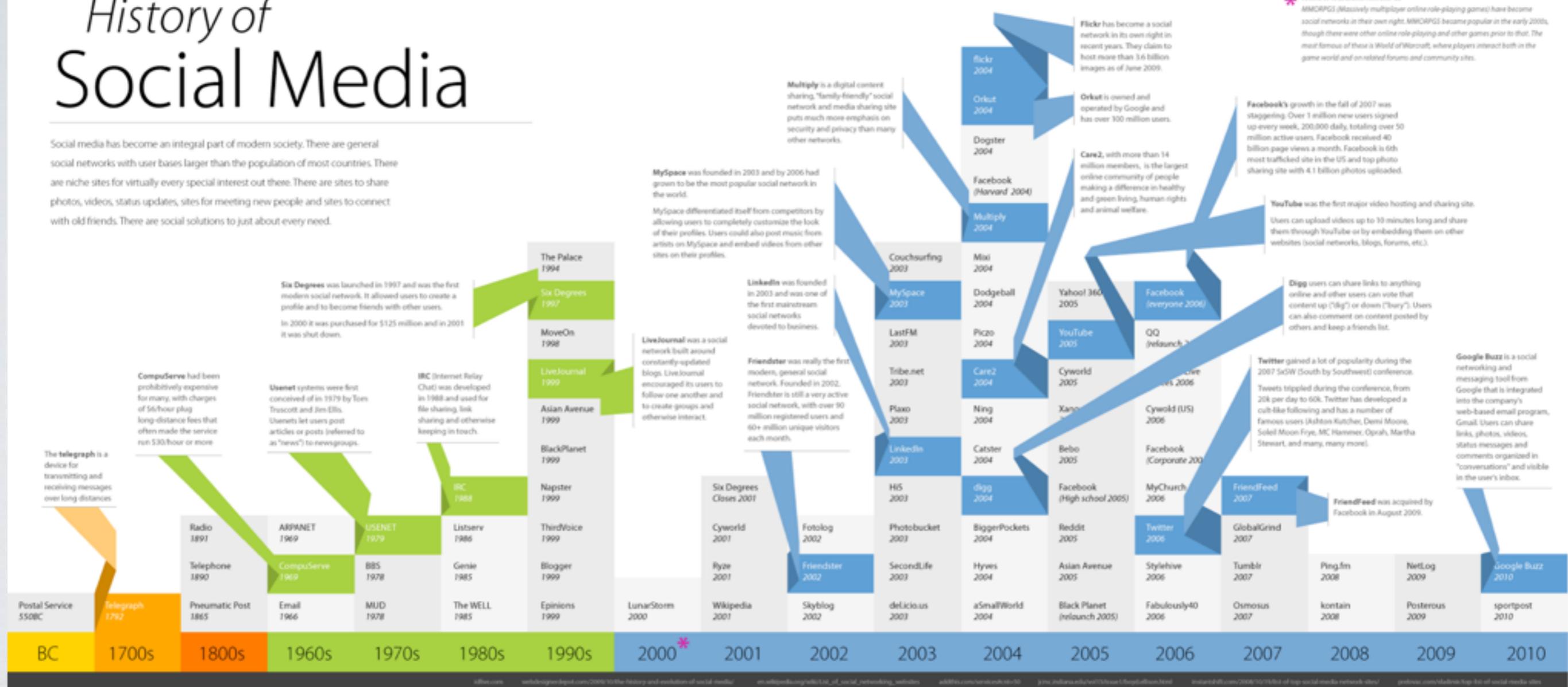
FONTE: <http://blog.peoplebrowsr.com/blog/2011/03/illustrating-the-evolution-of-social-networking-a-history-for-the-media-research-industry/>

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

The screenshot shows the homepage of sixdegrees.com. At the top left is the logo, a 3x3 grid of colored squares (red, yellow, blue, green, purple, cyan) next to the text "sixdegrees®" and the tagline "you'd be surprised who you know". To the right is a "member login" section with input fields for "e-mail address" and "password", and a "submit" button. Below the login section are two links: "If you're not a member yet (it's free), [click here](#)." and "If you can't remember your password, [click here](#).". On the left side, there is a yellow box with the text "check out our newest service: recommendations movies" and a small icon. Below that is a "sixdegrees news" section with three news items dated 4/30 and 4/13. On the right side, there is a "public areas" section with four links: "join now" (with a "welcome" button), "about sixdegrees" (with a magnifying glass icon), "whitepages" (with a book icon), and "recommendations" (with a smiley face and a sad face icon).

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

CASE HISTORIES 2002: FRIENDSTER

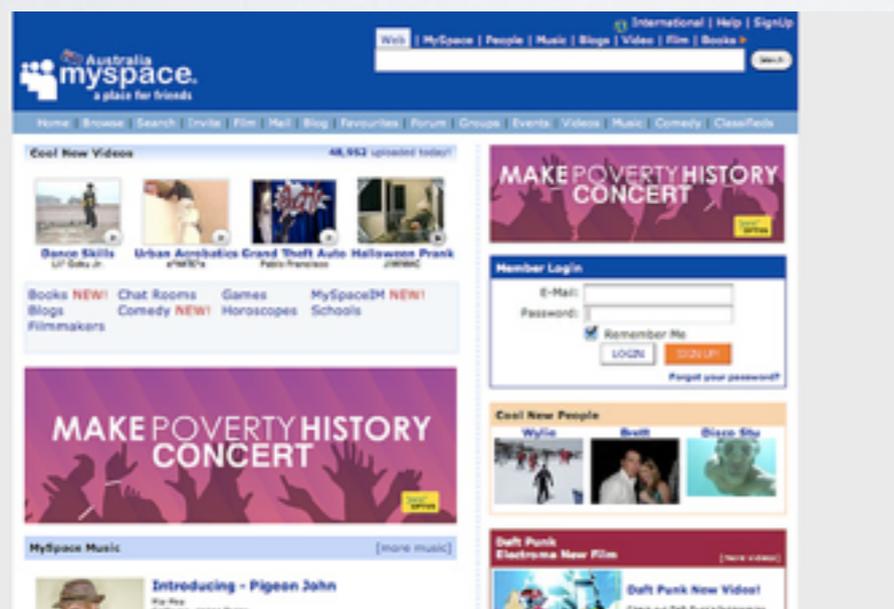
The screenshot shows a Friendster profile for Phoebe Lee. At the top, there is a navigation bar with the Friendster logo, a search bar, and links for Home, Profile, Apps, Connections, Explore, Search, Mobile, Classifieds, Jobs, and Find Friends. The profile itself includes a large profile picture of Phoebe, a bio section with details like gender (Female, 18, Single), member since date (Aug 2004), location (Quezon City, Metro Manila, PH), and college (Trinity University of Asia). Below the bio are links for View Messages, Create Blog, Edit Friends, Edit Comments, Customize Page, Edit Profile, and Edit Photos. A 'PHOEBE'S FRIENDS' section displays a grid of six friend profile pictures with names like Dena, Bianca, Britany, Stacy The Man, Jerrine The..., and Kate Tr... and a 'View All (428)' link. A 'PHOEBE'S PHOTO GALLERY' section shows four photo albums: 'Look a break fr...' (26 photos, Public), 'HGM's' (21 photos, Public), 'Christy's Birthday' (26 photos, Private), and 'Eh' (1 photo, Public). A large advertisement for 'ATLANTICA STRATEGIC TURN-BASED MMORPG THE CLASH OF THE TITANS' is visible on the right side of the profile page.

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.

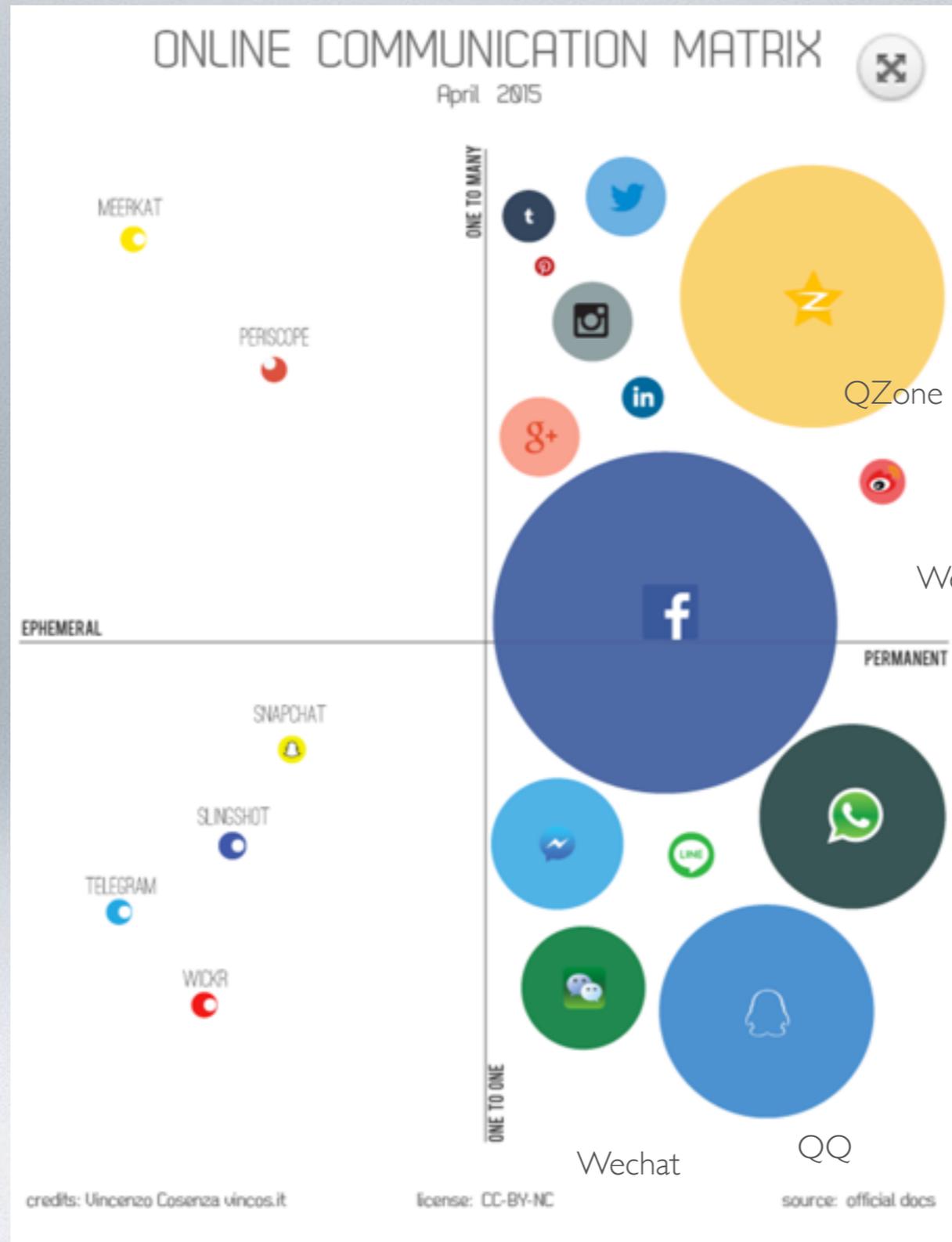


CASE HISTORIES: L'EVOLUZIONE DI FACEBOOK



- 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

TENDENZE



<https://vincos.it/social-media-statistics/>

world map of social networks

January 2019



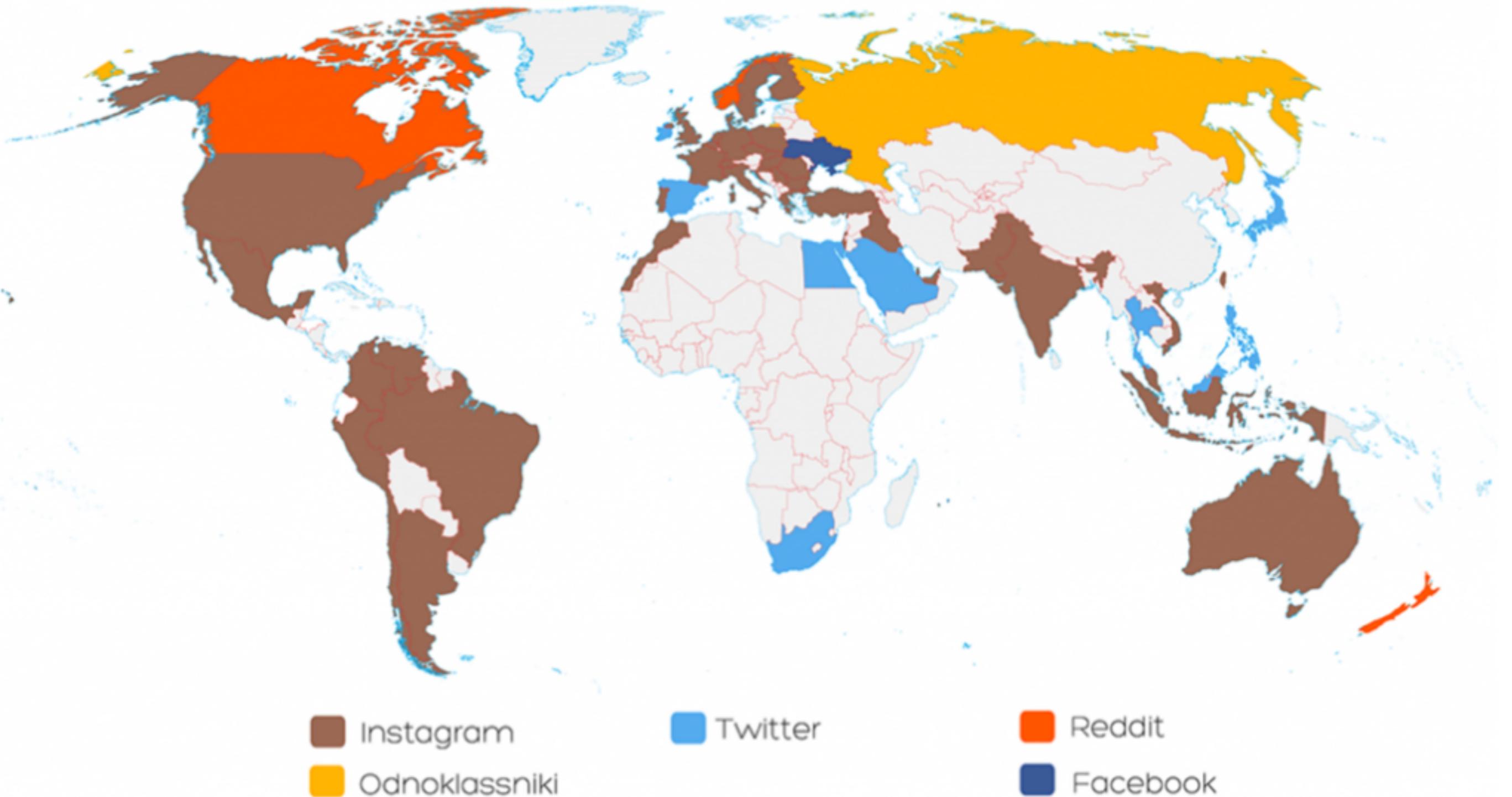
credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

license: CC-BY-NC

source: Alexa/SimilarWeb

world map of social network: il secondo posto

Ranked 2nd - January 2019



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 “DISLOCATABILITY”

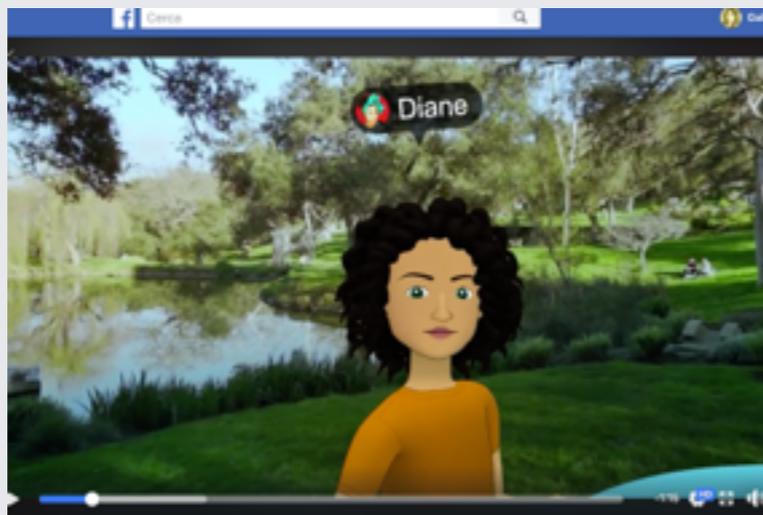
Secondo boyd (2008), l'accesso mobile ai SNS permette una sempre maggiore connettività person-to-person. Inversamente, nello stesso tempo, i social network divengono sempre più collegati e integrati ai luoghi fisici.

Social saranno integrati nel cosiddetto “Internet of Things”



TENDENZE: SOCIAL IN “REALTÀ VIRTUALE E AUMENTATA”

Facebook si sta affacciando alla realtà virtuale con FB Spaces, un'applicazione per Oculus Rift, che permette di interagire con i propri amici in un ambiente virtuale. In pratica una sorta di Second Life in Facebook. All'avvio, scegliendo una foto profilo, è possibile creare il proprio avatar. A questo punto si potranno invitare gli amici in questo spazio virtuale. Usare un pennarello per disegnare, scegliere contenuti da vedere insieme (foto e video a 360° per essere immersi in ambiente diverso), video chiamare altri amici e usare un bastone da selfie per scattare una foto di gruppo.



<https://www.facebook.com/FacebookTips/videos/10155260579068466/>

TENDENZE: SOCIAL IN “REALTÀ VIRTUALE E AUMENTATA”

Zuckerberg ha acquisito la piattaforma hardware/software (**Oculus**).

Snapchat ha appena rilasciato “**World Lenses**” per aggiungere oggetti virtuali integrati con l’ambiente ripreso.

Microsoft ha la piattaforma **HoloLens** e la startup **Magic Leap**, finanziata da Google e Alibaba.

Google ha già fatto esperimenti interessanti con **Cardboard** e **Project Tango**, e ha rilasciato recentemente **ARCore**

Apple potrebbe inserirsi con la prossima versione di iOS.



https://www.youtube.com/watch?time_continue=22&v=ttdPqly4OF8

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

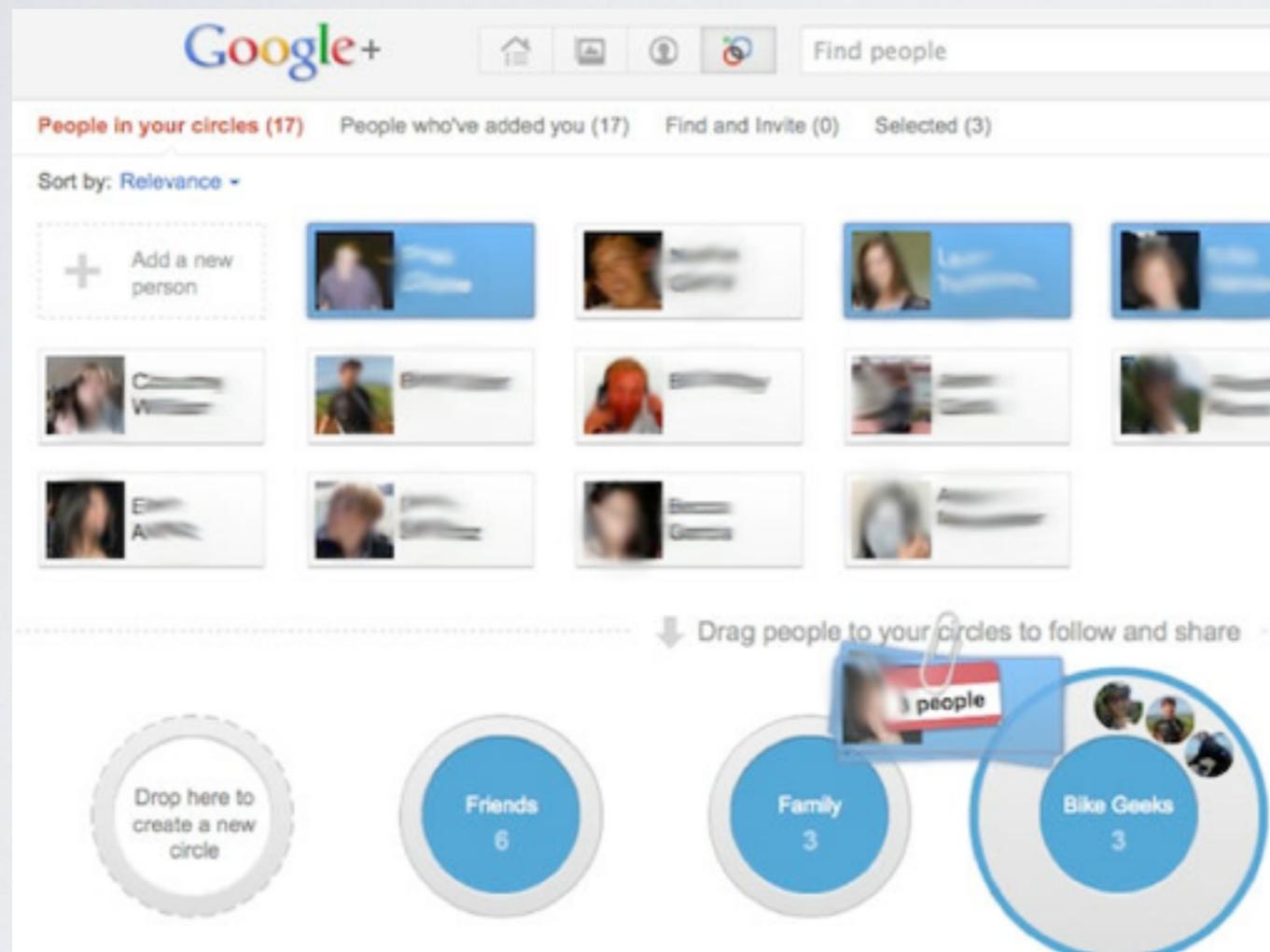
Connettiti con gli amici nelle vicinanze

"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”

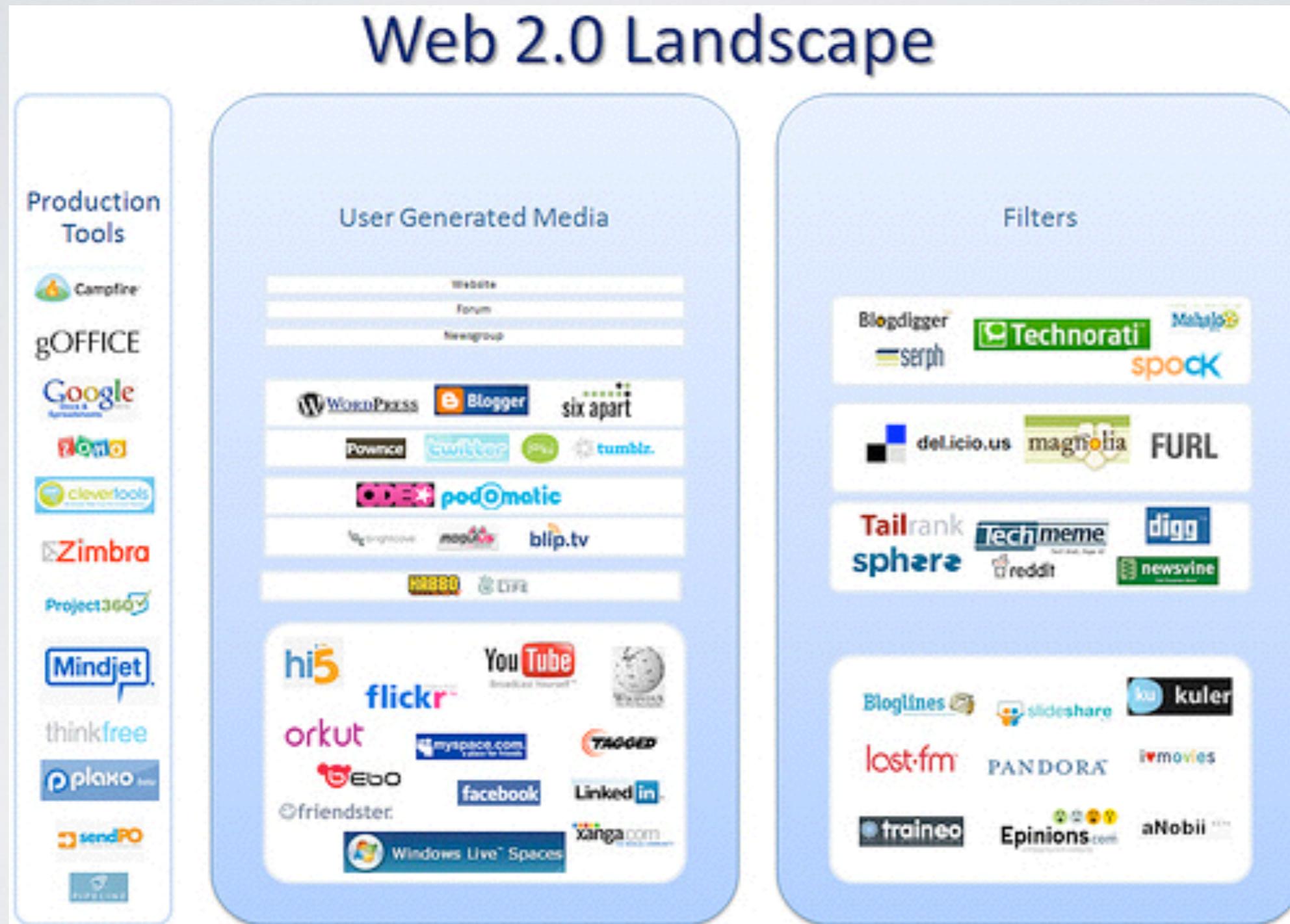


Dopo il flop di Buzz, Google ci riprova con Google +: la novità è una gestione dinamica delle proprie “cerchie sociali”

TIPOLOGIE DI SNS

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

CLASSIFICAZIONE IN BASE ALLA FUNZIONE



CLASSIFICAZIONE IN BASE AI CONTENUTI



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).

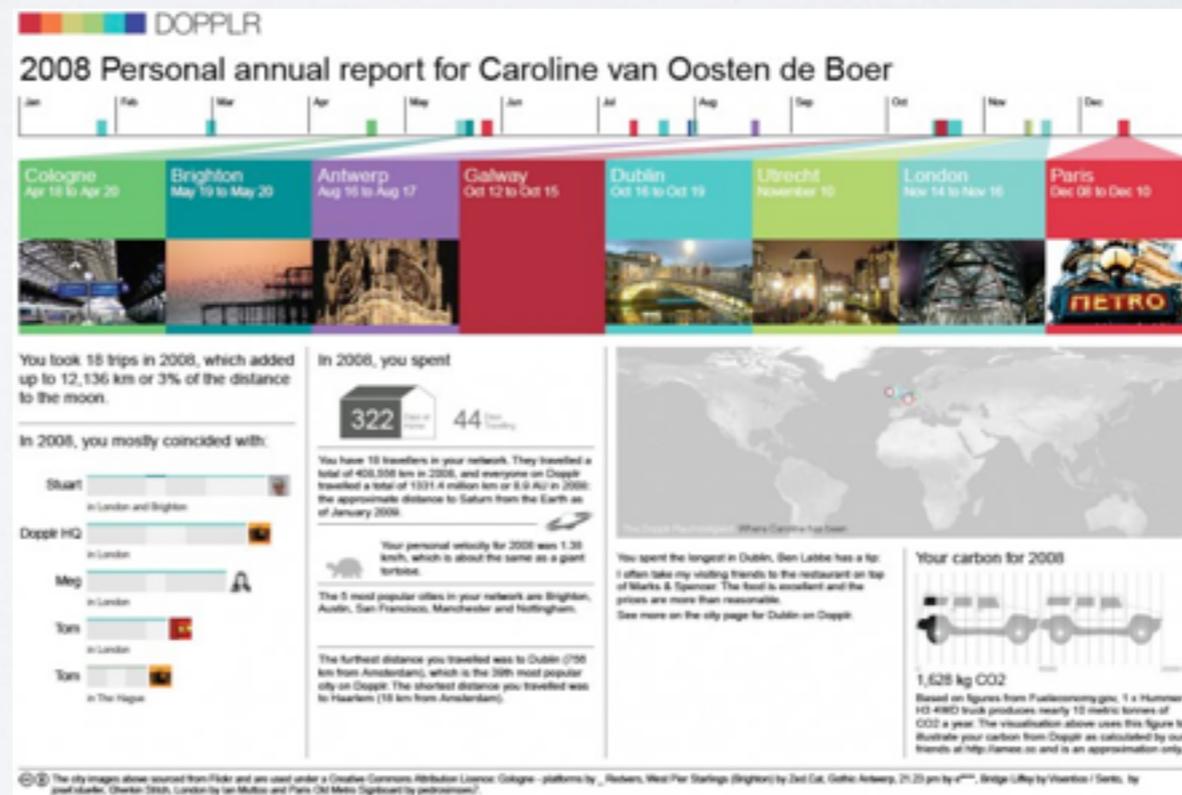
On the right side, there are two sections:

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

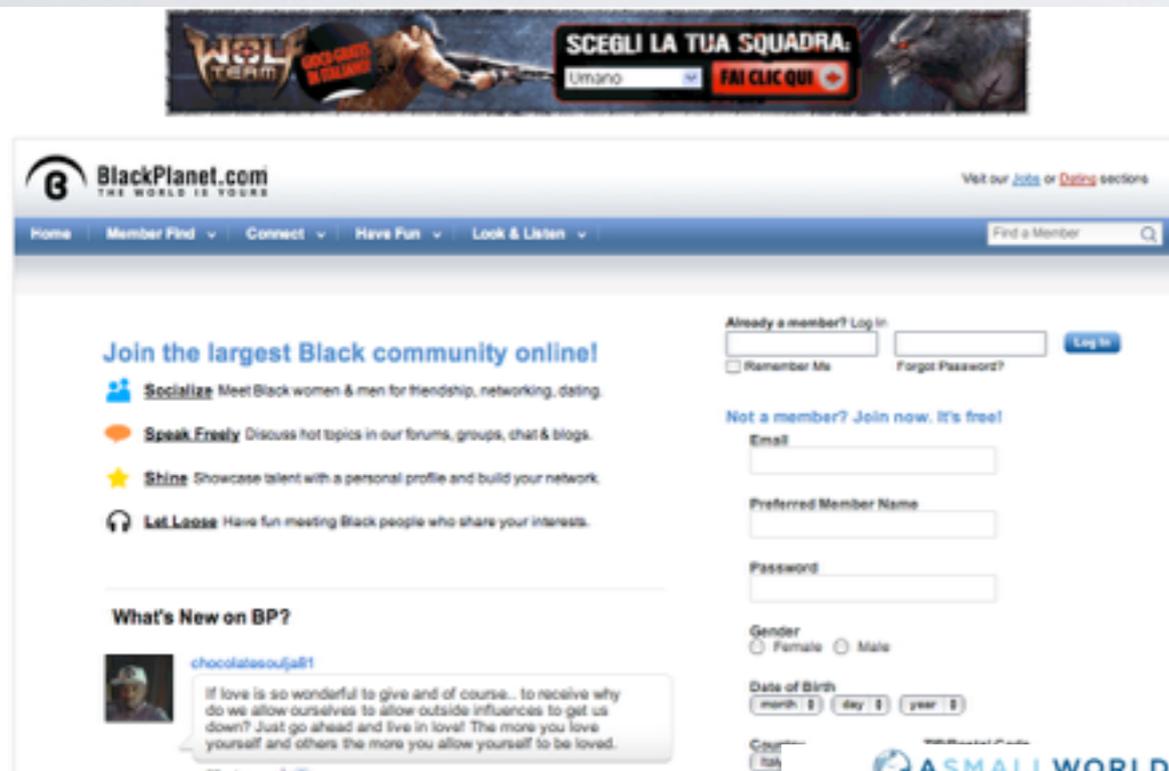
At the bottom right, there is a section for 'You recently viewed' with a 'Clear' link, listing profiles like 'SeeboldMarCom', 'OncJournal', 'amykramer', 'AllyInLA', 'kuhn', and 'amydobrzynski'. Below this is an 'Invite Friends' section with the text: 'Not finding who you're looking for? Invite friends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

“ACTIVITY DRIVEN” NETWORKS

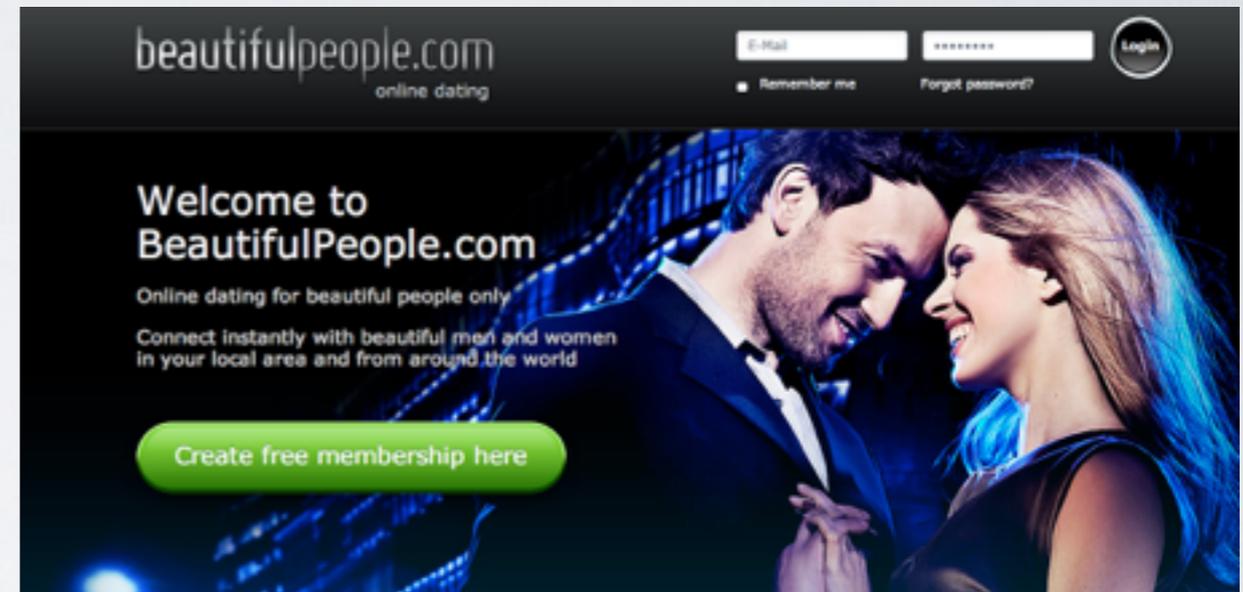
Alcuni social network, come couchSurfing, sono dedicati a realizzare attività off line



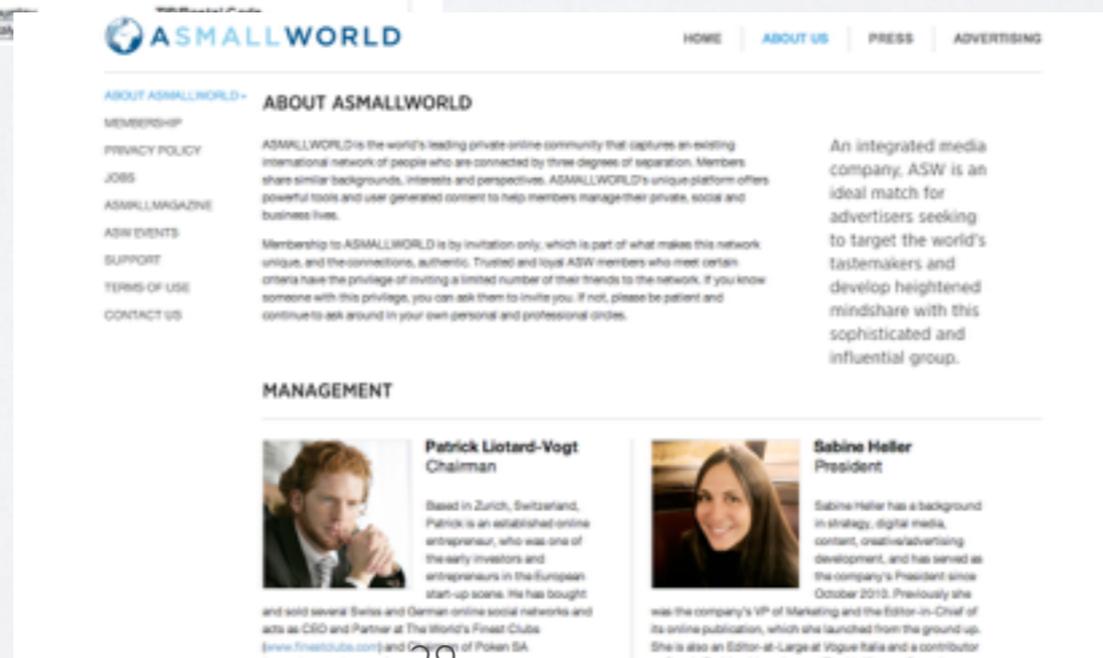
SOCIAL NETWORKS DI NICCHIA



The screenshot shows the BlackPlanet.com homepage. At the top, there is a banner for 'WOL' with the text 'SCEGLI LA TUA SQUADRA.' and a 'FAI CLIC QUI' button. Below the banner is the BlackPlanet.com logo and navigation menu. The main content area features a 'Join the largest Black community online!' section with four bullet points: 'Socialize', 'Speak Freely', 'Shine', and 'Let Loose'. To the right, there is a login section with fields for email and password, and a 'Log In' button. Below the login section is a registration form with fields for email, preferred member name, password, gender, and date of birth.



The screenshot shows the beautifulpeople.com homepage. At the top, there is a navigation bar with the website name and a search bar. Below the navigation bar is a large image of a man and a woman in formal attire. The main text reads 'Welcome to BeautifulPeople.com' and 'Online dating for beautiful people only'. A prominent green button says 'Create free membership here'.



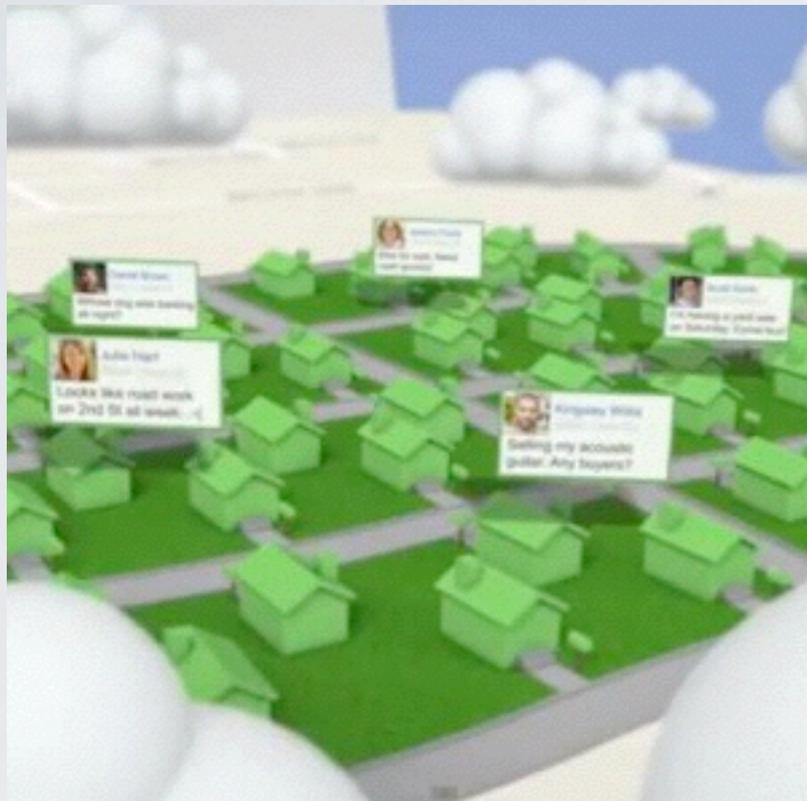
The screenshot shows the ASmallWorld website. At the top, there is a navigation bar with the website name and links for 'HOME', 'ABOUT US', 'PRESS', and 'ADVERTISING'. The main content area is titled 'ABOUT ASMALLWORLD' and contains several sections: 'MEMBERSHIP', 'PRIVACY POLICY', 'JOBS', 'ASMALLMAGAZINE', 'ASW EVENTS', 'SUPPORT', 'TERMS OF USE', and 'CONTACT US'. Below this, there is a 'MANAGEMENT' section with two profiles: Patrick Liotard-Vogt, Chairman, and Sabine Heller, President. Each profile includes a photo and a brief biography.

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

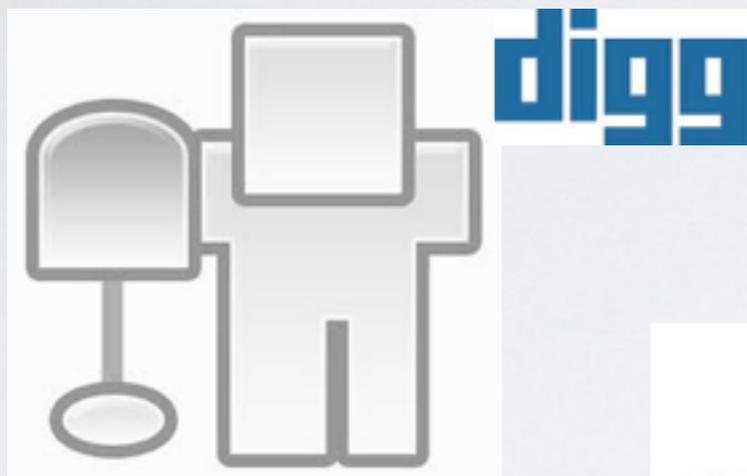
- Social media graphs
- Microblogging
- Social media search e management tools
- Mobile social media
- Social rankings e vertical social networks
- Social Business
- Social Television
- Social Gaming



FONTE:
UE Next Media CSA white paper (2011), Social Networks Overview: Current Trends and Research Challenges.
(<http://cordis.europa.eu/fp7/ict/netmedia/docs/publications/social-networks.pdf>)

SOCIAL RANKINGS

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



LOCATION MOBILE SOCIAL NETWORK

- Brightkite (www.brightkite.com)
- Aka-Aki (www.aka-aki.com)
- Mobiluck (www.mobiluck.com.en)
- Foursquare (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.

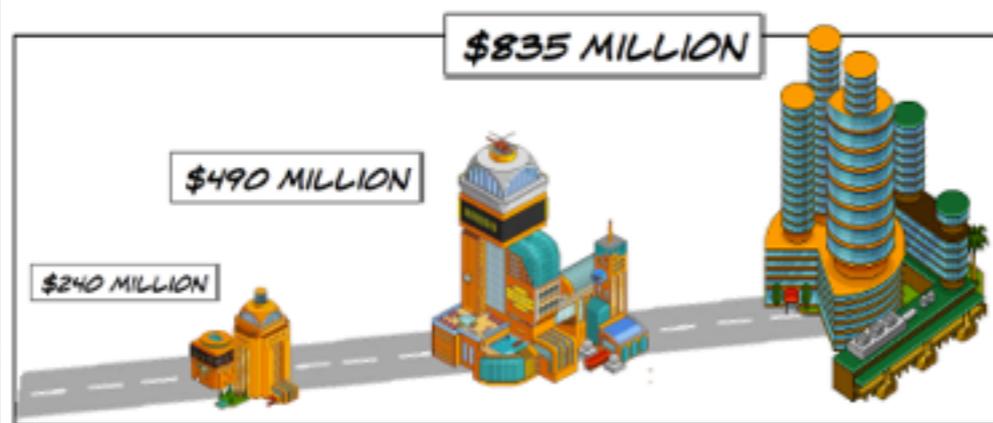
Nel 2010 il volume di affari ha raggiunto 1 bilione di dollari: una crescita vertiginosa rispetto ai 500 milioni del 2009 e ai 100 milioni del 2008.



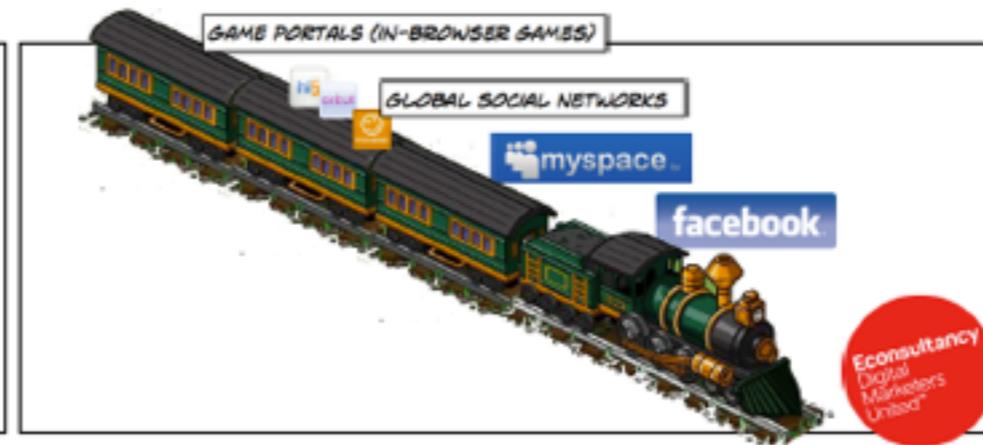
SOCIAL GAMES



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

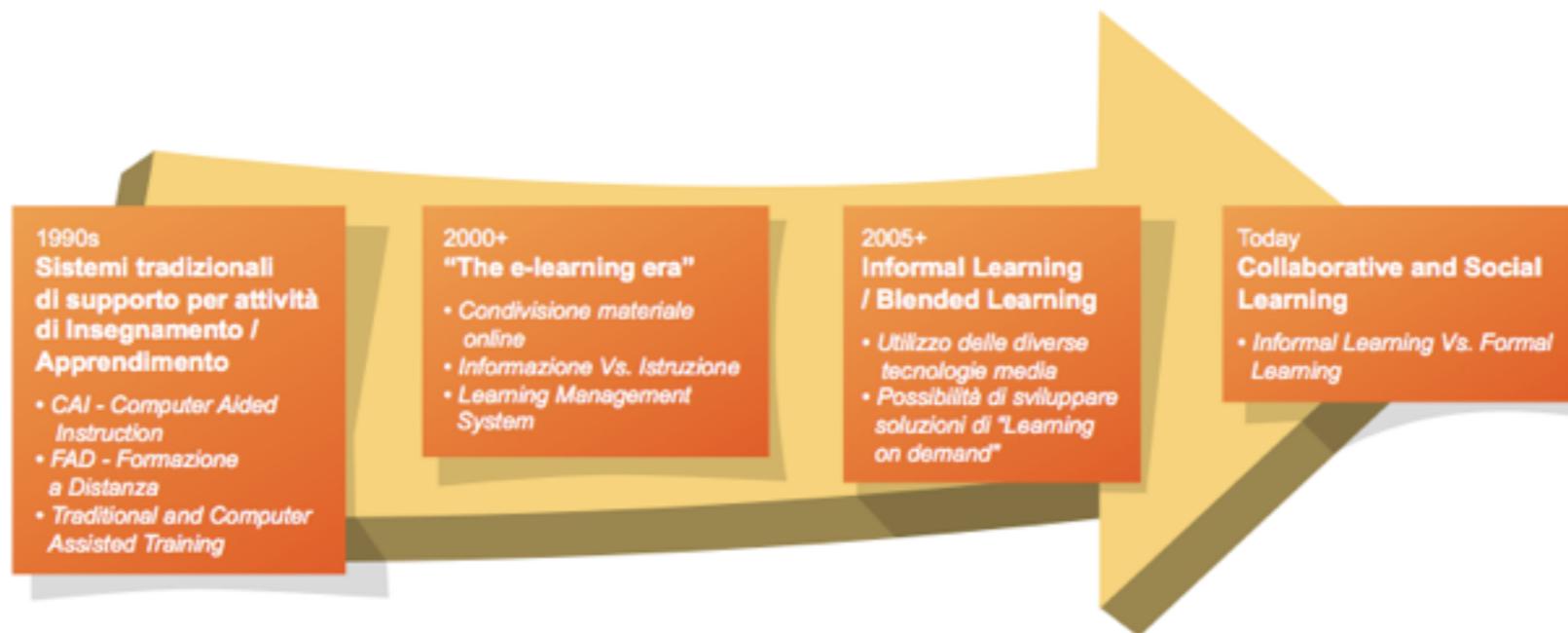
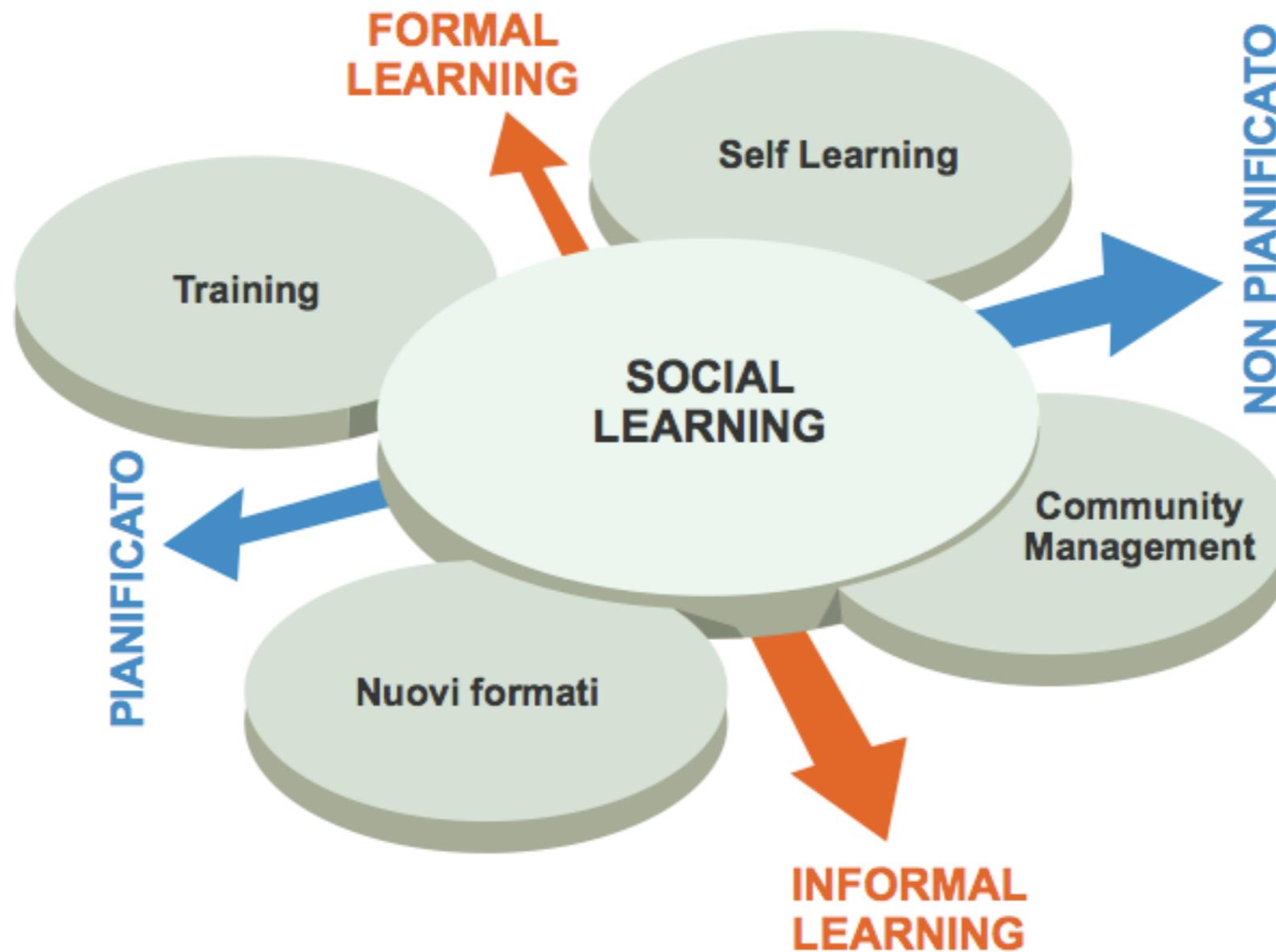


Figura 2

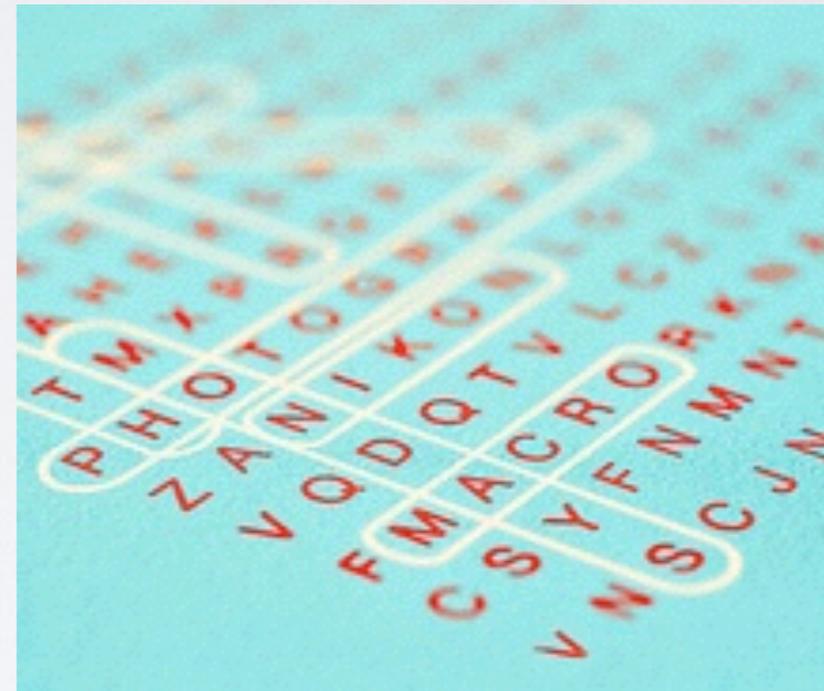
Dimensioni che costituiscono un ambiente di Social Learning



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)
- SocialMention, (www.socialmention.com)
- WhosTalkin, (www.whostalkin.com)



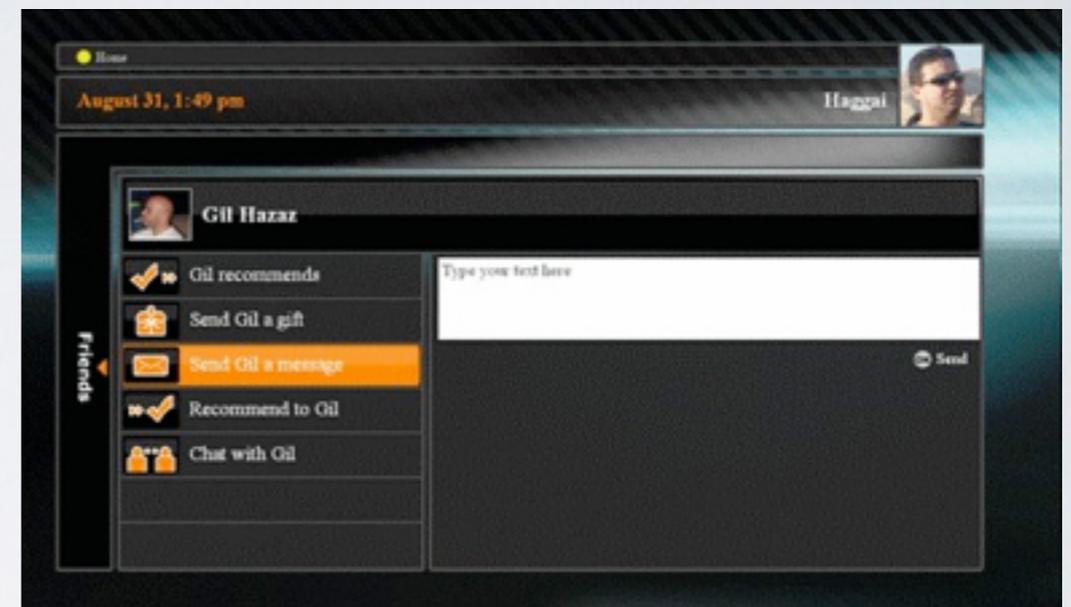
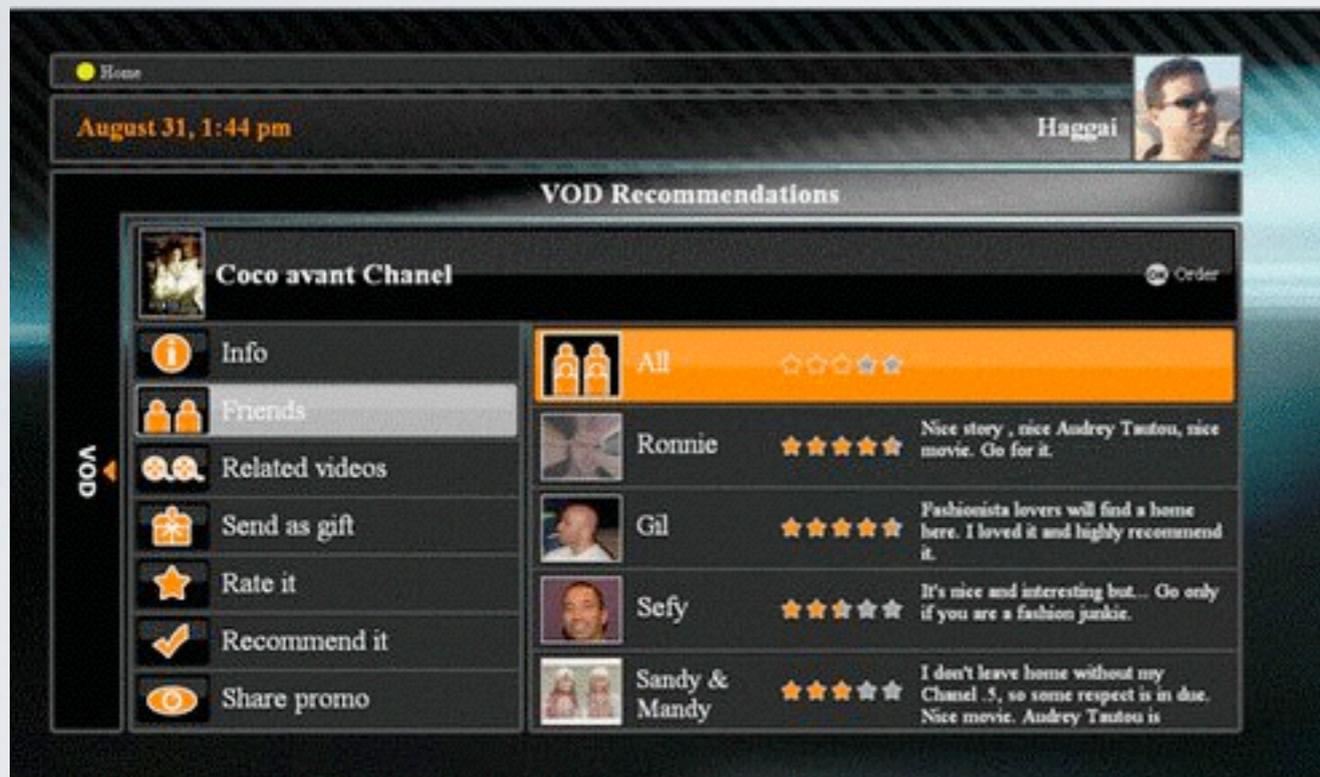
SOCIAL TV

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)

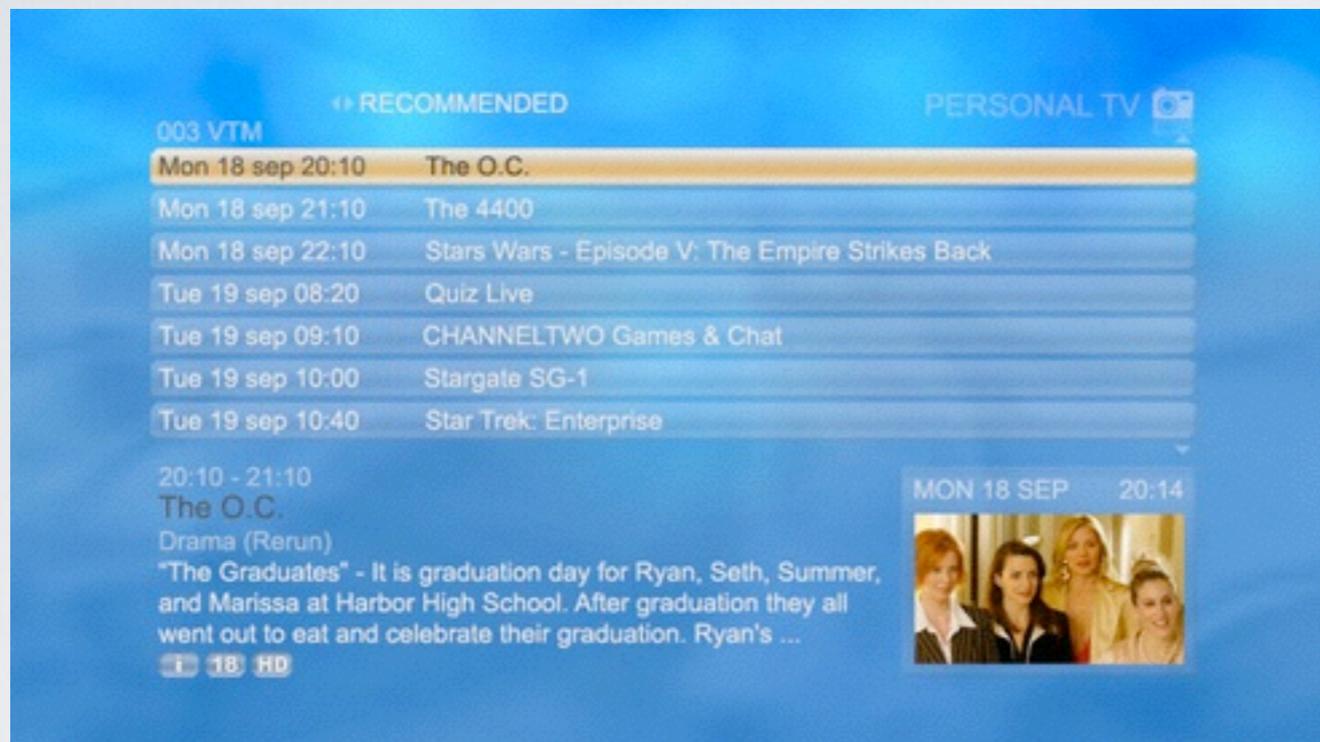


SOCIAL TV: ORCA INTERACTIVE



http://www.masternewmedia.org/it/2010/02/24/la_tv_online_incontra_i_social_media.htm

SOCIAL TV: ZAPPWARE



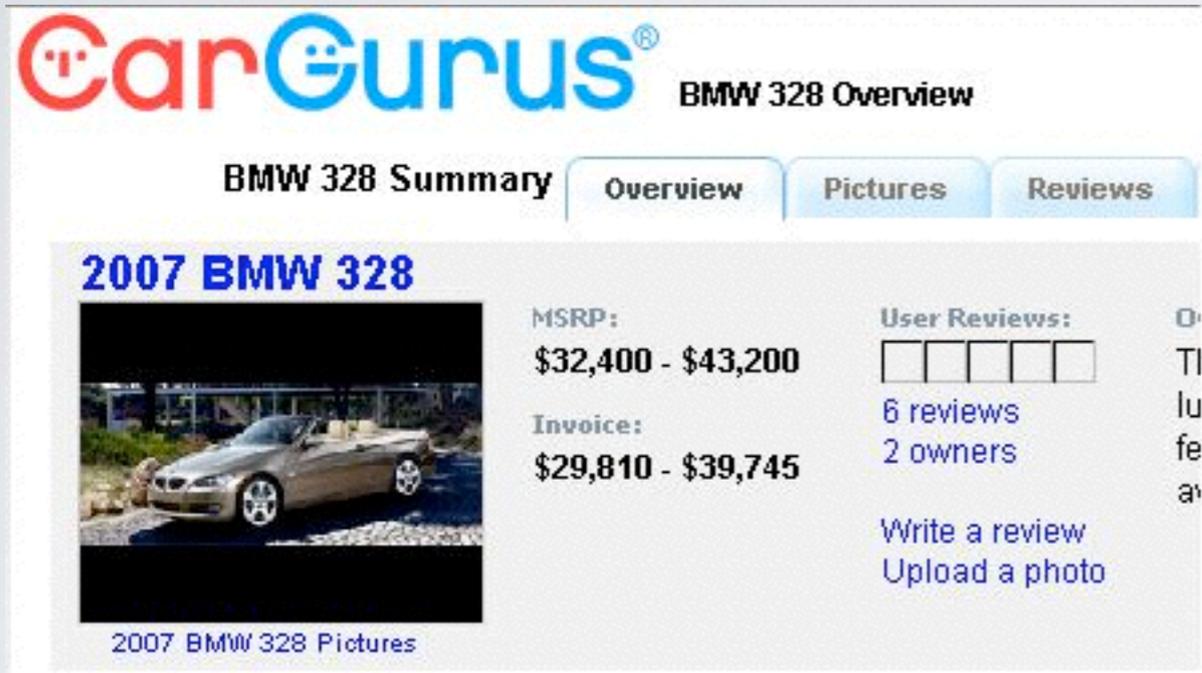
http://www.masternewmedia.org/it/2010/02/24/la_tv_online_incontra_i_social_media.htm

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

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

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

2007 BMW 328 Pictures



cingo Where families click.

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

12 SHARED CALENDARS Watch a Video Tour!



booksconnect
 OF THE BOOK COMMUNITY



shelfari
 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.

Members: Inga, Pam, Emma, Jeff, Terry, Ashley, Hannah, Brandon, Kelly, Jacob



Your company
 Your school

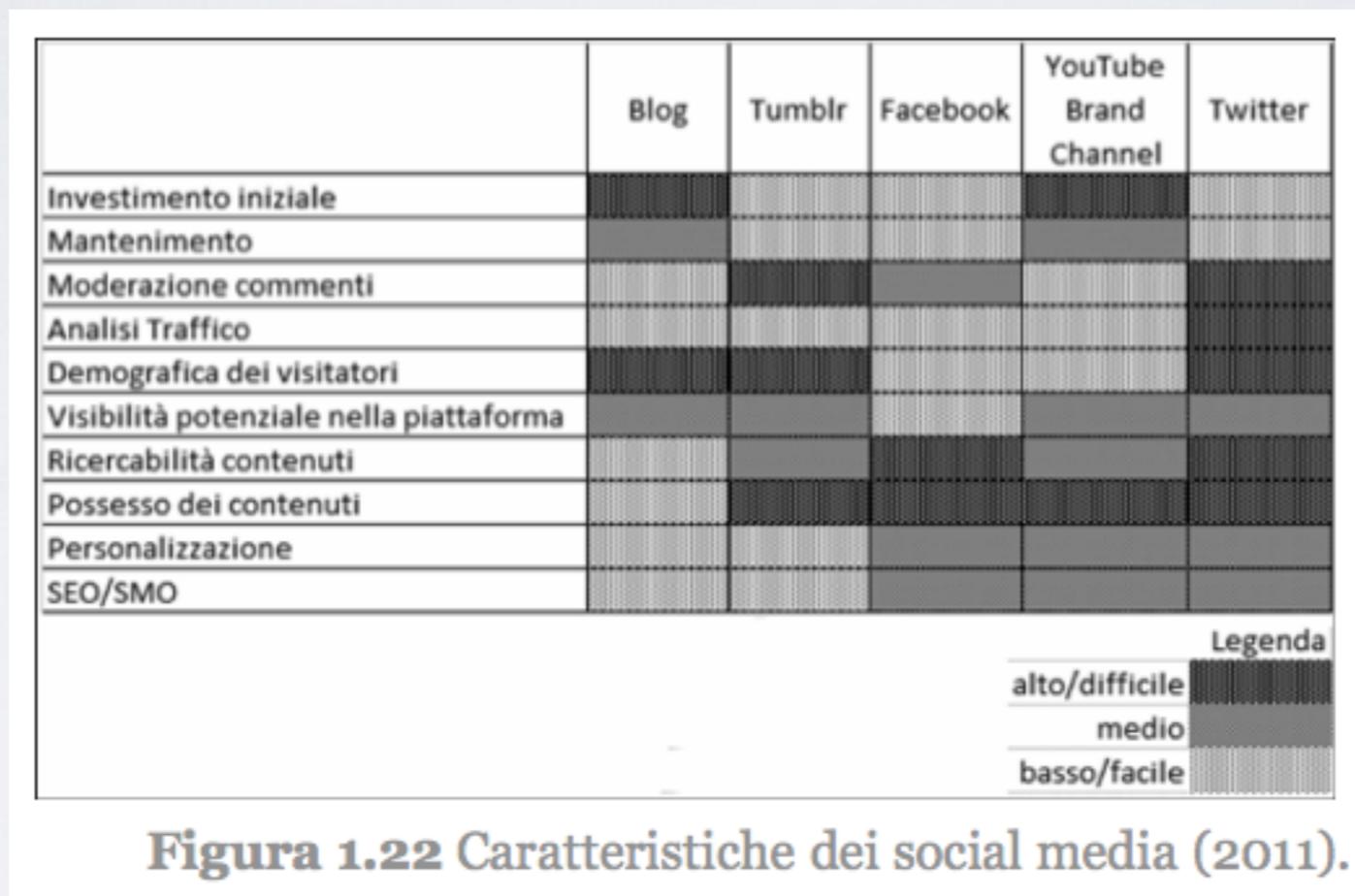
Mashable
 e.g., Google, Procter & Gamble, Bank of America

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

GRIGLIA ANALISI SOCIAL NETWORK

nome social network	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>