

SOCIAL NETWORK. COSA SONO? QUANTI SONO? COSA FANNO? MI SONO UTILI?

I Social Network sono siti di aggregazione di individui che permettono agli utenti che vi accedono di far parte e di creare reti (*networks*) sociali (*social*).

Un Social Network può essere definito come un qualsiasi gruppo di persone connesse tra loro da diversi legami sociali, che vanno dalla conoscenza casuale, ai rapporti di lavoro, ai vincoli familiari.

Le motivazioni che spingono persone ed aziende ad entrare in un Social Network possono essere di varia natura ma generalmente l'obiettivo è quello di creare delle relazioni sulla base di interessi comuni.

Ciò che rende unici i siti di Social Network sono le persone che li compongono.

Facebook, ad esempio, è un Social Network con **finalità sociali generiche**, dà la possibilità di interagire con gli altri per scambiare informazioni di vario tipo, come, per esempio, un giudizio personale, una foto, come organizzare una festa o un raduno...

Generalmente per accedere ai Social Network è necessaria una **registrazione** con l'inserimento di dati che interagiranno con le informazioni che l'utente stesso deciderà di rendere visibili e condividere con gli altri. Il passaggio successivo consiste in una ricerca, la ricerca dei soggetti con cui entrare in relazione. Questi rapporti potranno essere bidirezionali (come **l'amicizia**) o unidirezionali (i **fans** ne sono l'esempio per antonomasia).

Come tutte le piattaforme web anche questi siti sono in grado di avvicinare persone abbattendo le barriere geografiche e dando la possibilità di stabilire relazioni in ogni parte del mondo, di condividere esperienze con persone lontane.

I siti di Social Networking di tipo generalista sono generalmente gratuiti e permettono a chiunque di iscriversi, ma ci sono numerosi siti minori e meno conosciuti, anche a pagamento, che hanno scopi e finalità specifiche. Una volta divenuti membri di un Social Network gli utenti possono cercare le persone che condividono interessi e obiettivi.



I SOCIAL NETWORK ED IL MOBILE

Essendosi diffusi in maniera capillare le tecnologie mobili (smartphone e tablet) oggi diventa molto più agevole la **connessione ai Social Network**.

Si nota una **evoluzione** degli utenti da **Consumer** a **Prosumer** (da consumatori tradizionali a consumatori-autori). È in questo modo che la catena sociale generata dai social network diventa una catena di consumatori attivi e produttori di contenuto su internet. In questa catena di relazioni ciascuno consumando produce per altri che a loro volta avranno la possibilità di consumare e produrre a loro volta attivando un volano di informazioni che si diffondono in modo rapidissimo e virale tra gli utenti dei social network.

Twitter è particolarmente adatto per essere usato dagli smartphone. I Tweets infatti possono essere pubblicati molte volte nel corso della giornata e seguire costantemente gli iscritti.

Due importanti variabili sono da considerare affinché tutto questo accada:

- ◆ **il tipo di device** (= dispositivo): telefono cellulare, smartphone, tablet (oggi vanno per la maggiore i device con Android e Mac OS),
- ◆ **il tipo di provider** del servizio telefonico: si deve disporre di traffico dati oltre che di traffico telefonico.

Le due componenti sono una sostanziale soglia di accesso che però definisce anche il **tipo di utente** che può accedere alle connessioni mobili:

- ◆ **utenti spendenti** (=che spendono), per motivi legati ai costi relativi ai due fattori sopra descritti,
- ◆ **professionisti**, maggiormente orientati ai device per motivi connessi al proprio lavoro,
- ◆ **utenti orientati alle nuove tecnologie**, sempre pronti ad accogliere le novità,
- ◆ **utenti giovani**, che non rinunciano a portare sempre con sé la propria rete di relazioni on line.

Questo nuovo modo di fruire della connessione su internet spiega anche il perché di uno sviluppo dei dispositivi orientata su schermi touch di grandi dimensioni rispetto ai vecchi telefoni cellulari con tastiera alfanumerica classica: diventa ora più importante vedere e interagire con lo schermo del telefono in modo semplice e veloce, in tal modo si potranno effettuare le stesse operazioni possibili con connessioni domestiche o dall'ufficio ma con la possibilità di condividere in modo istantaneo le situazioni che si sta vivendo (condividere foto e testi, scaricare applicazioni, comunicare).

Tra tutti i vari Social Network che sono nati in internet alcuni sono riusciti a dominare il mercato: **Facebook** e **Twitter** in primis, si sono contesi la quantità degli utenti e la differenza di utilizzo tra i due ha creato modi diversi di contatto. Twitter è seguito da un esercito di follower (=seguaci) che scambiano informazioni in 140 caratteri su un complesso linguaggio di link ridotti, seguendo precisi percorsi suddivisi per argomento, che lo rende ottimo per gestire un tema in modo approfondito in cui tutti parlano in tempo reale dello stesso argomento.

Fra i Social Network c'è **LinkedIn**, un grande circolo di professionisti in cui tutto ruota intorno al mondo del lavoro e alle discussioni pensate per argomento di interesse: milioni di curriculum che navigano in rete, ottime possibilità per la ricerca di personale o per proporre i propri progetti aziendali.

Altri Social Network "generalisti" che non possiamo non nominare sono: **Google+**, **Foursquare** (che più di un Social Network è un gioco, il gioco dei check-in - ottima piattaforma per pubblicizzare il proprio ristorante, albergo, bed and breakfast) **Pinterest**, divertente e coloratissima piattaforma di figurine.

MySpace è stato, forse, il primo Social Network diffuso in tutto il mondo. Nato negli U.S.A. nel 2003 permette agli utenti di avere un proprio spazio on-line stile blog, avere amici, aggiungere fotografie, video, ecc...
Ora è principalmente un Social Network dedicato al mondo giovanile della musica.

Facebook, nato dalla mente di Mark Zuckerberg nel 2004 per gestire la sola rete sociale del campus del Massachusetts, si diffonde rapidamente in tutte le università d'America grazie alla sua semplicità di utilizzo e funzionalità (bacheche, foto, video, commenti, like, eventi, ecc...).

Twitter nasce nel 2006 ma esplode a inizio 2011.

È una piattaforma di **microblogging**, permette, cioè, di pubblicare brevi contenuti composti al massimo da **140 caratteri** (meno di un SMS). La sua fortuna deriva dall'aver cambiato la frase in cui si invitano gli utenti a pubblicare contenuti: inizialmente era "Cosa stai pensando" (un po' come sulla bacheca di Facebook), ma venne sostituito con "Cosa sta succedendo" rendendo la piattaforma una sorta di **occhio vigile sui fatti del Mondo**, tanto che ormai è diventato per molti internauti il principale **strumento di informazione**.

Twitter prevede l'uso di due caratteri speciali, "@" e "#". Entrambi vengono utilizzati posizionandoli prima di una parola specifica, ma hanno funzioni diametralmente opposte.

La "@", serve per "citare" un determinato utente.

Esempio... Ciao @puffolo, come stai?

Automaticamente, "puffolo" riceverebbe il tweet, e potrebbe fare un "reply" (rispondere). Se scrivete invece... Hey, @gattone! Quando ti decidi a invitare a pranzo @puffolo?

In questo caso sia "gattone" che "puffolo" riceveranno il tweet.

Il # posizionato davanti a una qualsiasi parola, la rende automaticamente linkata, ovvero cliccabile. L'effetto di cliccare su una parola preceduta da #, è quello di "chiedere" a Twitter di elencare tutti i tweet (sempre in ordine di tempo) che contengano quella specifica parola.

Una parola preceduta da # si definisce HASHTAG e serve a indicare l'argomento di cui si sta parlando.

Followers: sono coloro che ci seguono

Following: sono coloro che scegliamo di seguire

LinkedIn, nato per garantire relazioni professionali, è utilizzatissimo dagli "head-hunters" (= cacciatori di teste - in senso buono!) e da chi cerca lavoro, ma anche da chi è alla ricerca di partner e clienti. La sua peculiarità, oltre a permettere l'inserimento delle posizioni lavorative ricoperte e del proprio curriculum vitae, è quella di consentire le "raccomandazioni", cioè brevi testi descrittivi dell'attività che abbiamo svolto.

FourSquare, più che un vero e proprio Social Network, è un gioco. Grazie ad un numero sempre maggiore di dispositivi dotati di GPS, il Social si è spostato alla geolocalizzazione.

Il funzionamento è semplice: una volta raggiunto un luogo (casa, scuola, cinema, ufficio...) si esegue il "check-in" e si **guadagnano punti** che ci posizioneranno in una **classifica insieme ai nostri amici**. Esistono badge, premi virtuali, liste di luoghi, consigli da lasciare ad altri utenti che raggiungeranno il luogo, ecc...

Le dinamiche di gioco tengono gli utenti legati alla piattaforma...

Più check-in fai in un luogo, più hai la possibilità di diventare **mayor**, cioè sindaco!

Quest'anno è arrivato **Pinterest** Social Network per la condivisione di immagini.

All'interno di ogni bacheca si aggiungono immagini personali oppure si "pinnano" (dall'inglese "pin" cioè "puntina") immagini di altri utenti. Molto comodo per poter vedere il gradimento delle immagini che condividiamo.

Google Plus (Google+) è stato dato alla luce a metà 2011.

Grafica **semplice e gradevole**: la principale funzionalità è quella di poter creare "cerchie di amici" per poter condividere contenuti specifici a seconda dei target che si desiderano raggiungere. Il livello di **privacy** è molto alto, ma Google ha recentemente cambiato le proprie policy su tutti i servizi, al fine di fornire una migliore esperienza per gli utenti che desiderano integrare le decine di servizi offerti da Google. Google+ permette di effettuare **video-ritrovi con le proprie cerchie**, giocare, **integrare YouTube e le News**. Il suo distintivo bottone è "+1".

Caratteristica distintiva di **Orkut** è la presenza delle "comunità". Si tratta di gruppi di utenti che condividono uno stesso interesse o, più spesso, una medesima lingua o nazionalità. Orkut si segnala per una politica di **netta chiusura verso l'esterno**. Non è infatti possibile accedere ad alcuna informazione riguardante i membri a meno di non iscriversi al servizio. Anche agli utenti già iscritti Orkut offre notevoli strumenti di protezione delle informazioni con la possibilità di stabilire con precisione come e con chi condividere i propri dati. Anche le linee guida della comunità confermano la volontà di creare un ambiente **meno rissoso e disomogeneo** di quanto avviene su altre reti sociali.

Delicious (in precedenza conosciuto come del.icio.us) è un sito web di social bookmarking per l'archiviazione, ricerca e condivisione di bookmark (siti preferiti).

Flickr è un sito web multilingua che permette agli iscritti di condividere fotografie personali con chiunque abbia accesso a Internet. PhotoSharing.

Habbo, è una chat bidimensionale, ambientata in un hotel virtuale dove è possibile creare un proprio alter ego e interagire con utenti della nazionalità dell'hotel selezionato.

Da menzionare anche **Badoo, NetLog**.