



Corso di laurea magistrale
CINEMA, TELEVISIONE E PRODUZIONE MULTIMEDIALE

Corso “Media digitali: Televisione, video, Internet”
Docente: Enrico Menduni

Decima lezione

I Social Network – Parte I

Martedì 29 ottobre 2013

I social network sono i protagonisti del Web 2,5

Un web partecipativo
dove la partecipazione non serve solo
a far guadagnare Google
ma a esprimere la propria individualità
coltivare rapporti sociali
generare e distribuire contenuti multimediali.

I social network sono i protagonisti del Web 2,5

In attesa del Web 3.0 che non arriva mai
lo chiamiamo Web 2,5

Forse il Web 3.0 sarà l'internet delle cose
(i microchip e le SIM rendono gli oggetti, come
elettrodomestici, auto, strumenti per la
diagnostica o per l'ufficio, macchine operatrici
ecc. capaci
di diventare soggetti della vita elettronica)

I social network
sono i protagonisti del Web 2,5

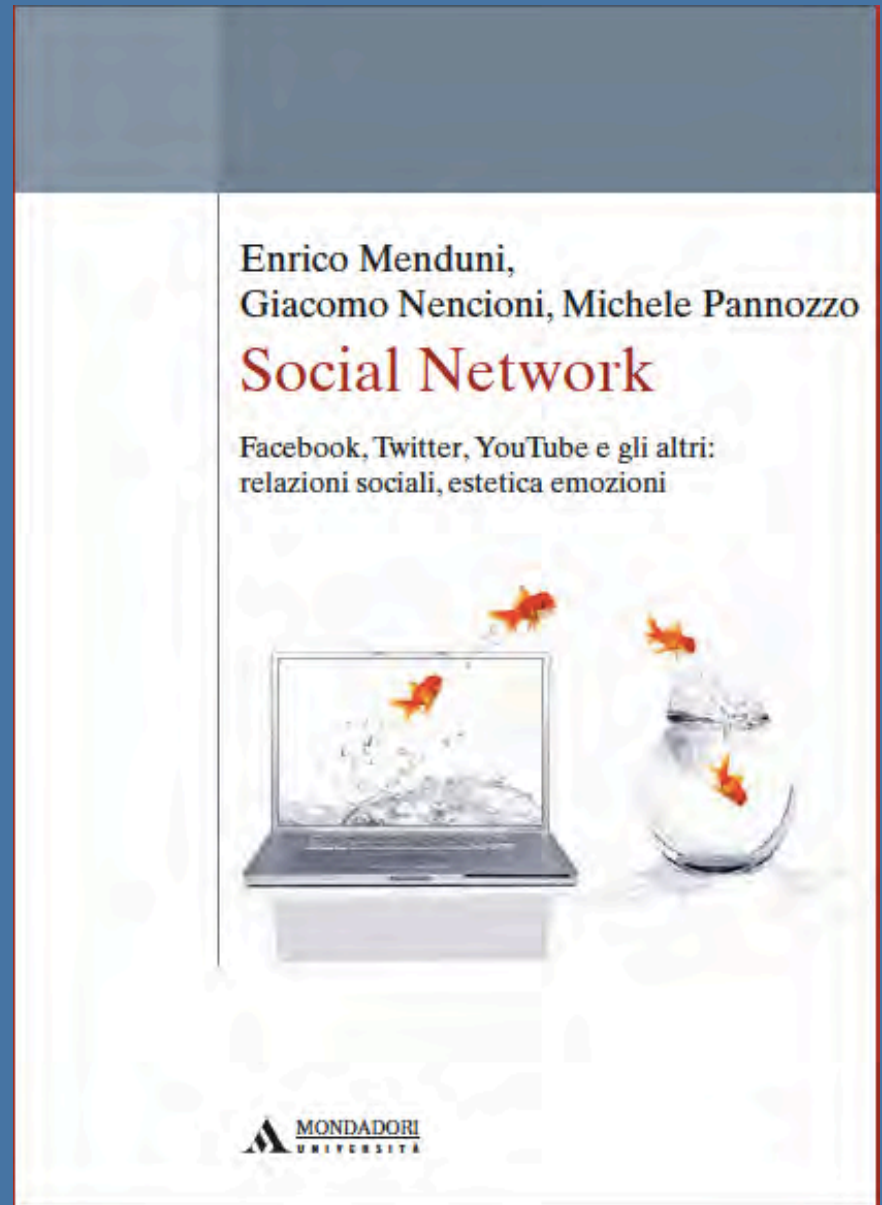
Oppure il Web 3.0 potrà essere

Il Web semantico

(i motori di ricerca non cercheranno più singole parole ma l'intero contesto, selezionando molto meglio l'oggetto delle ricerche e migliorando le azioni conseguenti a tali ricerche)

In attesa del Web 3.0 che non arriva mai
chiamiamo Web 2.5 il web dei social network

Facebook, Twitter, YouTube
e gli altri:
relazioni sociali, estetica,
emozioni



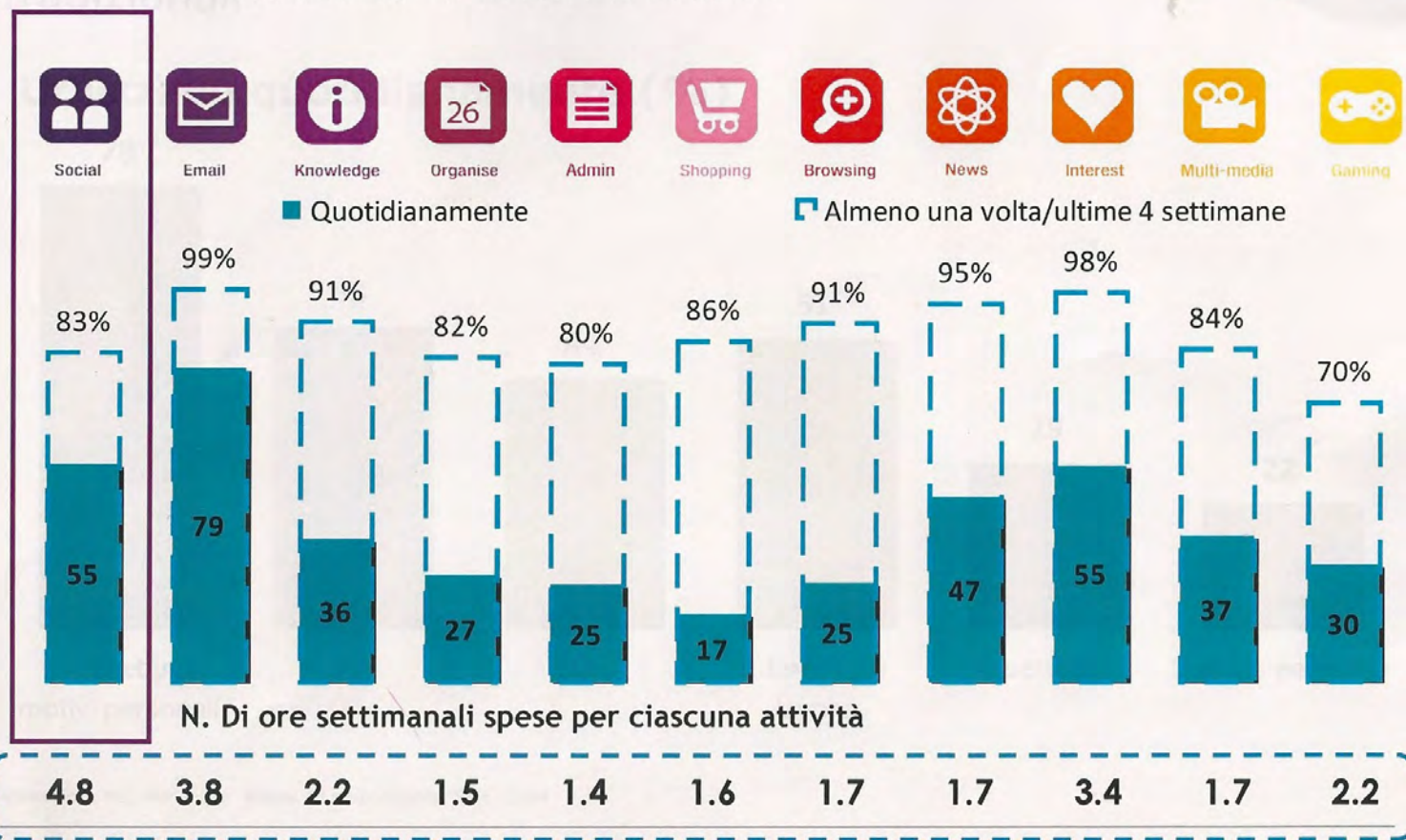
Oggi parleremo della “macchina emotiva” dei social network.

Domani affronteremo la produzione e distribuzione di contenuti multimediali.

Domani l'altro le implicazioni sociali e politiche.

Il social è la tendenza di sviluppo attuale di Internet

la quantità di tempo dedicata: 4.8 ore su un totale di 23 ore settimanali trascorse online



Nascita del social networking

Applicazioni	Dispositivi correlati	Eventi e fasi di Internet
eBay 1195		} Web 1.0
Amazon 1996		
Blogs 1997		
Google 1998	<i>Telefoni cellulari digitali</i>	
Napster 1999		
Messenger 1999		
	<i>GPS 2000</i>	
Wikipedia 2001		
		11 settembre 2001
	<i>iPod 2001</i>	} Web 2.0
iTunes 2002	<i>Videocamere nei cellulari 3G 2002</i>	
Skype 2002	<i>Wi Fi 2002</i>	
LinkedIn 2002		
MySpace 2003		
Second Life 2003		
Facebook 2004		
World of Warcraft MMORPG 2004		
Google Earth 2004		
YouTube 2005	<i>DVB (TV sui cellulari 3G) 2005</i>	
Flickr 2005	<i>Wi Max 2006</i>	Era del social networking e del sempre connessi
Twitter 2006	<i>Smartphone 2006</i>	} Web 2.5
	<i>Lettore per eBook Kindle 2007</i>	
	<i>iPad 2010</i>	

Il pentagono dei social network



GPS, GLONASS, GALILEO

Geoposizionamento

Geolocalizzazione

Geotagging

Foto e altri contenuti geotaggati

Navigatori satellitari, macchine fotografiche digitali, smartphone (dotati di un sistema migliorato: incrociando dati dai satellite e dalle cellule della telefonia digitale riescono a determinare la posizione anche nei locali chiusi in cui il GPS non funziona bene).

[Su questi temi è disponibile sul sito un approfondimento.](#)

Competenze tecniche e coinvolgimento emotivo in rete

	Sito Web 1.0	Blog	SN
Soglia di accesso	Elevata	Media	Bassa
Competenze tecniche specialistiche richieste	Elevate	Medie	Basse; si apprendono con l'uso e l'interazione con altri
Necessità di aggiornamento	Periodica	Frequente	Elevata
Modalità comunicativa	Prevalentemente unidirezionale	Prevalentemente unidirezionale con interazione con altri	Bidirezionale e collaborativa
Coinvolgimento emotivo	Nulla	Rilevante	Determinante

Global trade figures (already very significant) aren't the most significant cues of the relevance of the cluster of activities and devices known as “social networking”

Most relevant changes appear:

- in aesthetics
- in lifestyles
- in human p2p relationships.

About lifestyles:

More and more social networks are the first choice:

- to make things work
- to express ourselves
- to communicate
- to learn and to be informed
- to get entertainment

Caratteristiche dei social networks

- Combinano instant messaging, chat rooms, filesharing, blogs con la propensione a creare siti personali
- Offrono visibilità
- Permettono di stabilire relazioni:
 - A) destinate a rimanere sul web;
 - B) con proiezioni nella vita reale (incontri F2F, face to face)

Punti di “attacco” dei social networks

- Alcuni partono dal filesharing, attorno a cui si creano communities (Flickr, YouTube)
- Altri dall'esigenza di creare un proprio spazio personale e quindi di esprimersi (MySpace)
- Altri ancora dalla ricerca di amici e persone simili (Facebook)
- Altri dal gioco (siti di gaming e giochi di ruolo)
- Altri offrono mondi virtuali, in parte per gaming, in parte per esprimere parti di sé non realizzate e trovare relazioni (Second Life)

Le relazioni nei social network:

leggerezza

mutevolezza

episodicità

irresponsabilità

identità multiple

replicazione virale

sovra-rappresentazione delle minoranze

correnti emozionali

crossmedialità

Defining the self:

Che ci stiamo a fare sui social network?
Come contribuiscono alla nostra identità?






"On Facebook, 273 people know I'm a dog.
The rest can only see my limited profile."



Enrico Menduni

29 marzo 2009

Ormai, con FaceBook, sono possibili gradi di esibizione di noi stessi diversi a seconda delle relazioni che abbiamo con gli altri, svelando più o meno i dettagli più sensibili della nostra vita. Del resto, è così anche nella vita reale.... Mentire è brutto, ma non si dovrebbero mai raccontare i fatti propri al primo venuto.

 Tagga la foto  Aggiungi pos...  Modifica

Mi piace · Commenta · Non seguire più il post · Condividi · Modifica

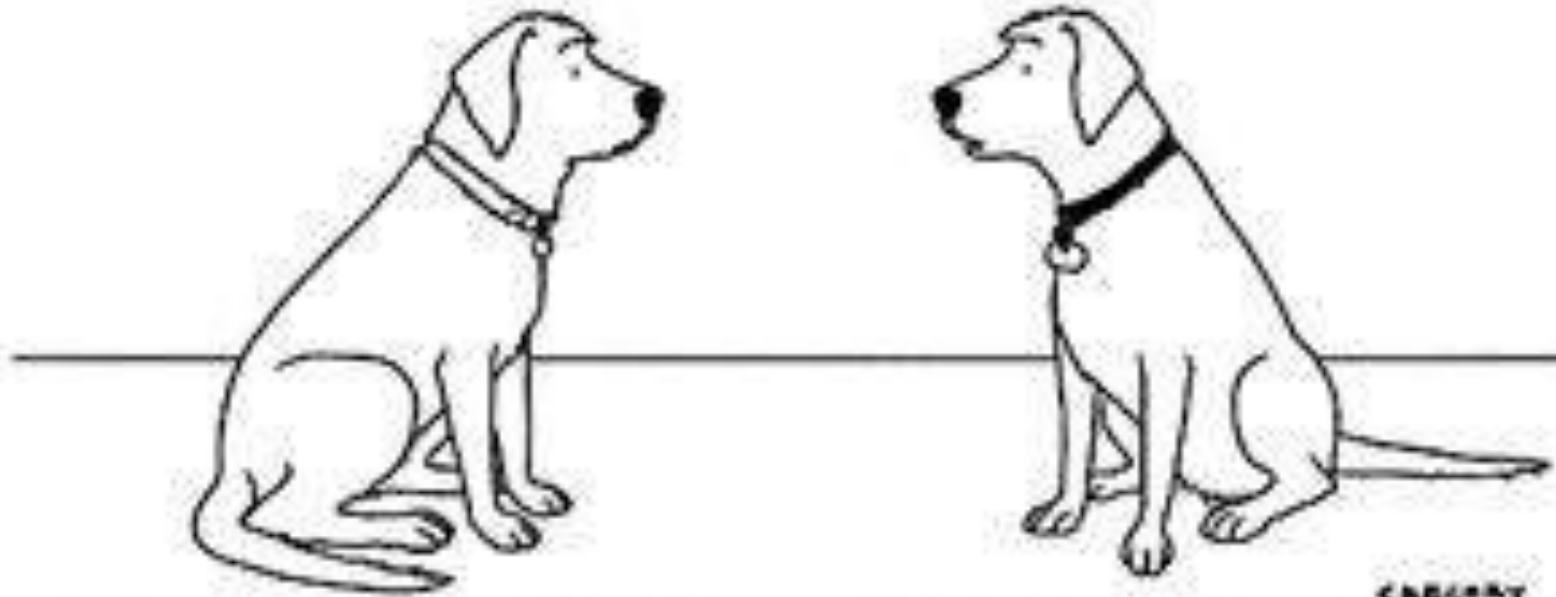


Scrivi un commento..

Sponsorizzata 

Crea un'inserzione





CARROLL

"I had my own blog for a while, but I decided to go back to just pointless, incessant barking."

Fairness vs. Fake in Self-Representation

