

I Social Network



Il concetto di “Rete sociale”

- Si definisce una “rete sociale” come un gruppo di persone connesse da legami sociali (principalmente conoscenze, lavoro e famiglia)
- La Teoria delle reti sociali studia la società come insieme di relazioni: ogni individuo è condizionato dalle proprie relazioni che sono anche alla base del proprio comportamento

I legami forti e deboli

- Il sociologo Mark Granovetter* identifica tre tipi di legami tipici delle reti sociali:
- I legami **FORTI**, costituiti da familiari, amici e incontri frequenti
- I legami **DEBOLI**, conoscenti, incontri occasionali
- I legami **ASSENTI**, incontri anonimi

**The Strength of the weak ties, 1973*

Il concetto di “Capitale sociale”

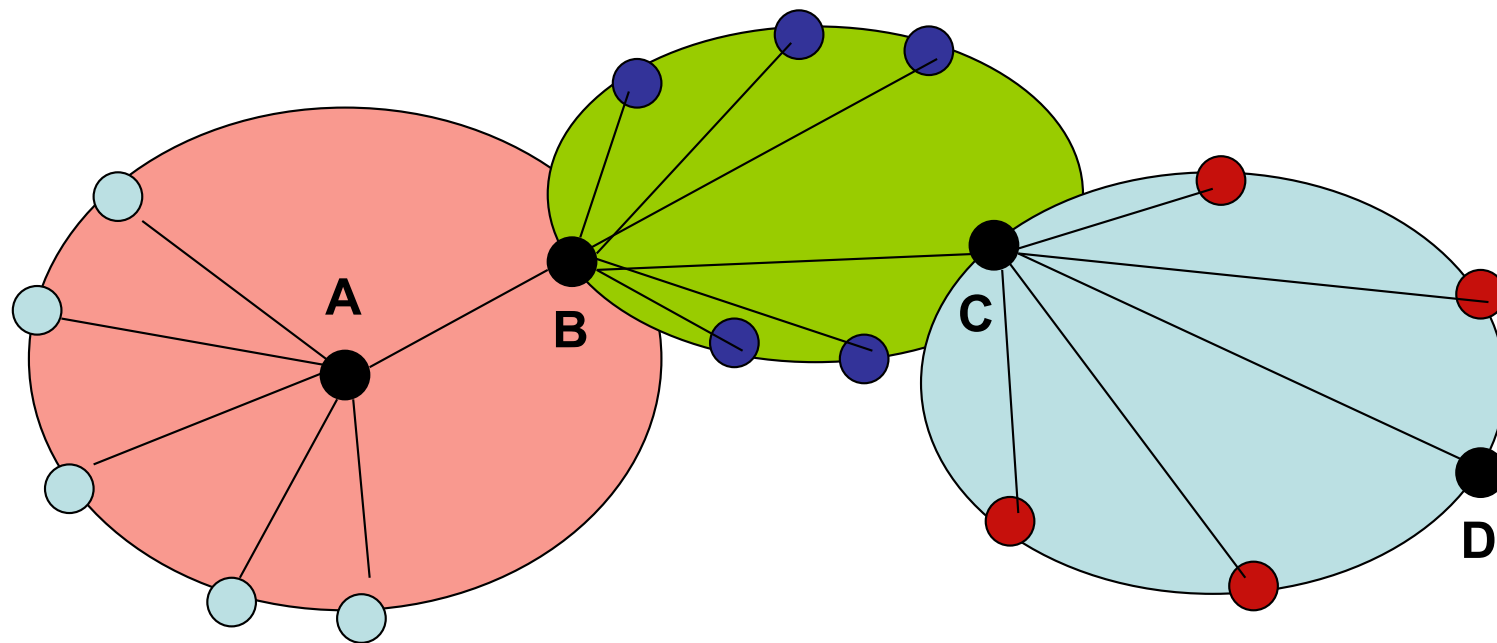
- Granovetter identifica il **capitale sociale** come *“La somma delle risorse (attuali o virtuali) che un individuo (o un gruppo) possiede per il fatto di avere una rete duratura di relazioni più o meno istituzionalizzate di mutua conoscenza e riconoscimento”*.
- Il Capitale sociale deriva sia dai legami forti, sia dai legami deboli

La rete sociale “tipica”

- Studiando i primati l'antropologo Robin Dunbar ipotizza che esistano **vincoli di carattere cognitivo** alla dimensione di una rete sociale e che la rete sociale “tipica” umana sia composta da **150 individui***

* 1992

I gradi di separazione



Tra **A** e **D** tre gradi di separazione

Sei gradi di separazione

- Nel 1967 una ricerca di Stanley Milgram dimostrò che ogni abitante degli Stati Uniti aveva in media tre gradi di separazione da ogni altro abitante
- Ricerche più recenti hanno rivelato come oggi tra gli abitanti del pianeta i gradi di separazione siano tra sei e sette

Le comunità virtuali: un po' di storia

- I gruppi di discussione sono una sorta di “comunità virtuale”* (una sorta di connubio tra la mail e i forum odierni) nacquero in Usa alla fine degli anni 70: **Usenet** è ancora oggi considerato il “seme” da cui è nata e si è diffusa la cultura Internet
- In Usenet i messaggi (*post*) sono categorizzati in *newsgroup* e si sviluppano in discussioni definite *thread* utilizzando un programma, *Newsreader*
- Google groups ha raccolto l’eredità di Usenet (di cui detiene l’archivio)

* Concetto introdotto da **Howard Rheingold** nel 1993

Un po' di storia

- I **BBS** (Bulletin Board System) sono stati i primi network sociali
- In seguito giunsero **Geocities** e **Tripod**: i primi che consentirono agli utenti di caricare pagine web e di chattare in rooms dedicate

Un po' di storia

- Il primo social network ufficialmente riconosciuto è **Sixdegrees**, lanciato nel 1997 fu chiuso nel 2000 per lasciare il passo a **Friendster** (2002) che per primo introdusse dettagli sul profilo e la possibilità di caricare immagini



Dalle comunità online ai social network

“La nascita degli SNS indica un cambiamento nella organizzazione delle comunità online.

Le comunità online iniziali (come Usenet e i forum di discussione) erano strutturati per argomenti o per gerarchie di argomenti, gli SNS, invece, sono strutturati come **reti personali** (o “egocentriche”), con l’individuo al centro della propria comunità.”

D.M.Boyd and N. Ellison - (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication

Cosa sono i social network

Boyd ed Ellison* definiscono i social network come: “servizi web che permettono agli utenti di:

- Costruire un profilo pubblico o semi pubblico all'interno di un perimetro circoscritto
- Articolare una lista di altri utenti con i quali condividere un legame/connessione
- Vedere e incrociare la propria lista di contatti e quelli fatti da altri all'interno del sistema”

D.M.Boyd and N. Ellison - (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication

Altrimenti...

I social network possono essere definiti come “spazi sociali basati su Internet, o device mobili, disegnati per facilitare la comunicazione, collaborazione e scambi di contenuti attraverso una rete di contatti”

Qualcosa in comune

I social network più diffusi hanno comunque della caratteristiche tipiche: ecco le principali

1. **Profilo**: generalmente costituito da una hp personale o di gruppo con testi, immagini e lista degli “amici”. Possono esistere diversi template da adottare, con maggiore o minore libertà di strutturare la pagina
2. **Amici**: la rete di relazioni può assumere diverse denominazioni. Previsti inviti e accettazioni per farne parte. Le reti in genere sono permeabili (posso navigare nella rete di un amico)
3. **Comunicazione**: Messaggi e commenti sono il flusso comunicativo della rete (integrati da foto e video)

La tipologia d'uso

PERSONALE

- Fare o sviluppare amicizie
- Cercare contenuti e info
- Creare e condividere contenuti

BUSINESS

- Creare confidenza/fiducia nel marchio
- Reclutare clienti e dipendenti

DIDATTICA

- Collaborazione tra studenti, docenti e genitori
- Sviluppo professionale

Uso personale

- Fare/sviluppare contatti e amicizie
- Trovare contenuti/informazioni
- Collaborare con altre persone
- Elaborare e condividere contenuti
- Postare aggiornamenti sulla propria attività

Uso **Business**

- Creare affezione al marchio
- Gestione della reputazione online
- Reclutamento di clienti e impiegati
- Apprendimento su tecnologie e competitors

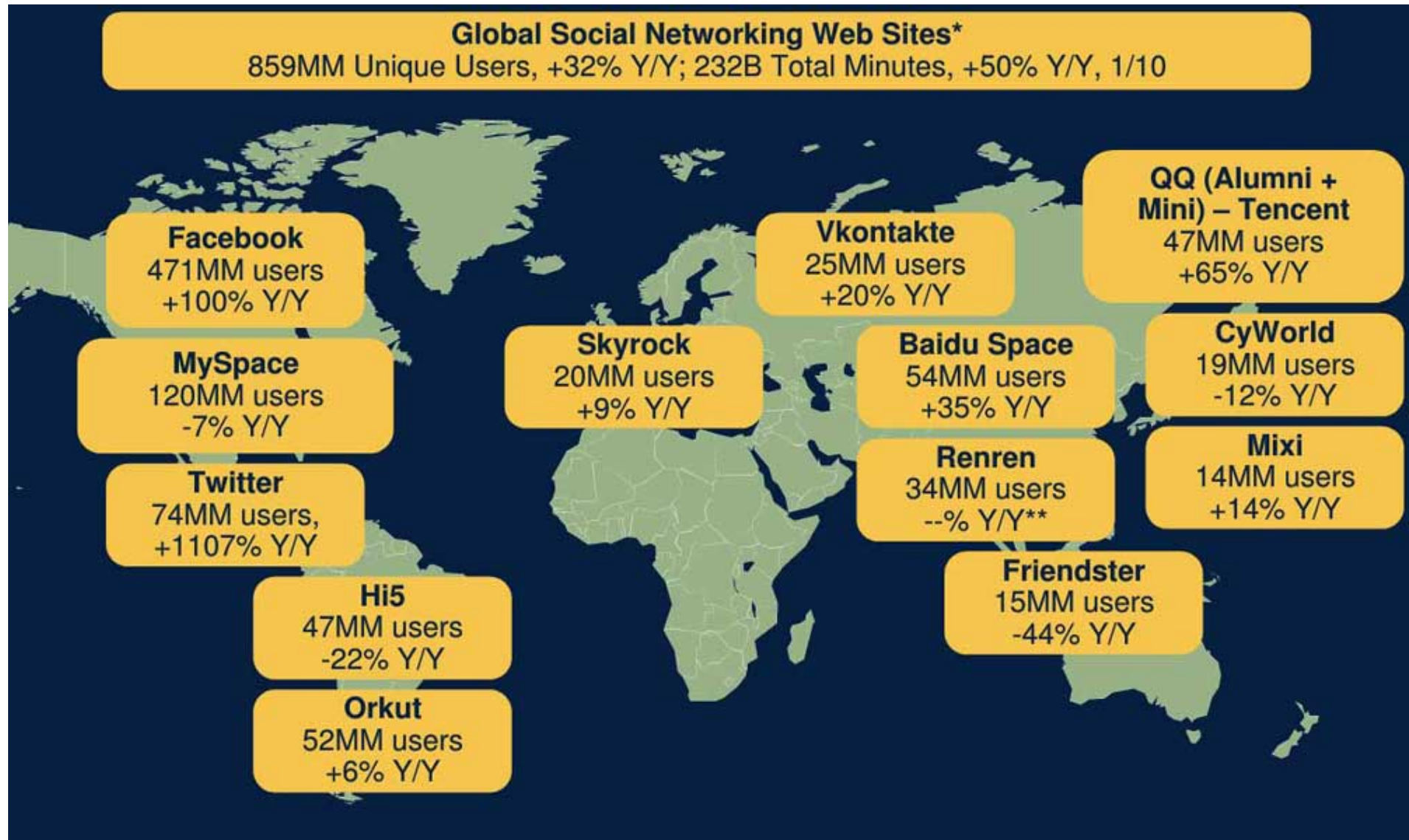
Uso Educativo

- Collaborazione tra studenti, insegnanti e genitori
- Sviluppo professionale
- Insegnamento permanente

Le tipologie di social network

- **GENERALISTI** come Facebook, MySpace che connettono persone di ogni tipo per gli scopi più vari
- **DI INTERESSE** come LinkedIn, Flickr, Youtube, Delicious: alla base c'è sempre un interesse comune
- **DI SCOPO**: raccolgono persone che hanno uno scopo di azione specifico (spesso politico o associativo)

I social network nel mondo



Fonte: Morgan Stanley – 2010 Internet Trends Report

I top 3

Countries	SNS #1	SNS #2	SNS #3
Australia	Facebook	Twitter	MySpace
Canada	Facebook	Twitter	Linkedin
France	Facebook	Skyrock	Twitter
Germany	Facebook	Xing	MySpace
Italy	Facebook	Badoo	MySpace
Russia	V Kontakte	Odnoklassniki	Facebook
Spain	Facebook	Tuenti	Twitter
United Kingdom	Facebook	Twitter	Linkedin
United States	Facebook	MySpace	Twitter

Fonte: Vincos, giugno 2010

Gli Outsider



- Il social network brasiliano (operato da Google) registra la penetrazione domestica più elevata (70%) di qualsiasi social network nel mondo
- Oltre a essere primo in classifica, detiene anche il più elevato Average Time per Visitor tra i 75 brand più popolari del mondo. Il tempo passato dagli utenti su FB è cresciuto più del 566% in un anno

I leader nel mondo

- La marcia di **Facebook** verso la conquista di nuovi territori non accenna a fermarsi (sono 111 su 131 le nazioni in cui risulta dominante). In questi mesi ha avuto la meglio su reti sociali locali che sembravano difficili da scavalcare come **Friendster** nelle Filippine, **Wretch** a Taiwan, **One** in Lituania o **Hi5** in Portogallo, Peru, Romania, Tailandia.
- Ad **Orkut** ha strappato l'Estonia e forse l'India
- I paesi che resistono sono quelli dell'ex Unione Sovietica, affezionati a **Odnoklassniki** e **V Kontakte**, e in Europa l'Ungheria, la Polonia e l'Olanda.

I leader nel mondo

[Facebook](#) has almost colonized Europe and it's extending its domination with more than 500 millions users

[QQ](#), leader in China, is the largest social network of the world (300 millions active accounts)

[MySpace](#) lost its leadership everywhere (except in Guam)

[V Kontakte](#) is the most popular in Russian territories

[Orkut](#) is strong in India and Brazil

[Hi5](#) is still leading in Peru, Colombia, Ecuador and other scattered countries such as Portugal, Mongolia, Romania

[Odnoklassniki](#) is strong in some former territories of the Soviet Union

[Maktoob](#) is the most important Arab community/portal

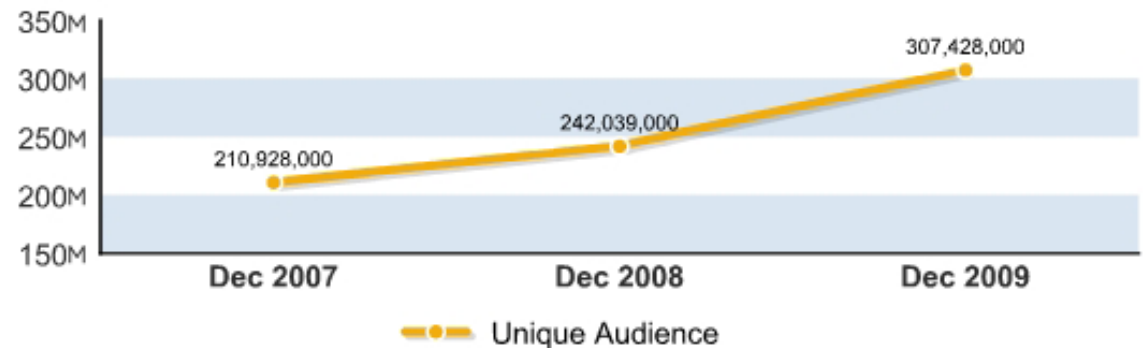
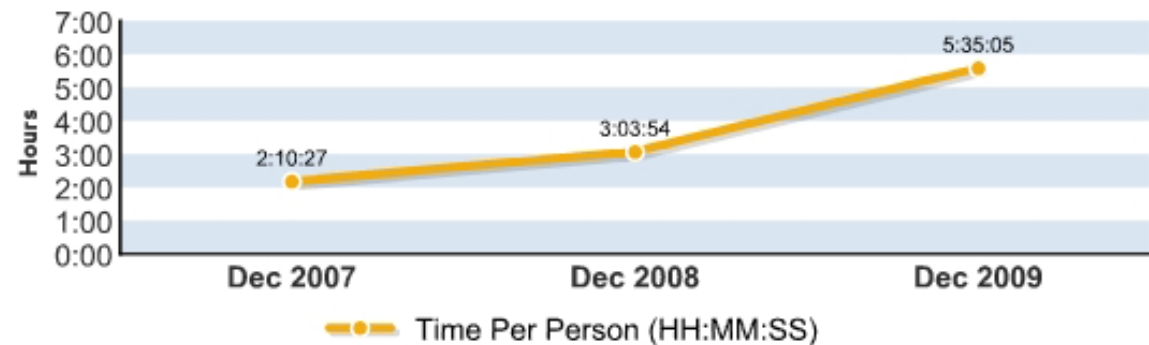
La crescita

- I social network rappresentano il segmento con la crescita più veloce di Internet. Circa 3 volte il tasso di crescita globale
- I social network stanno crescendo al tasso annuale del 47% e raggiungono il 45% del totale degli utenti web
- I social network e i blog sono al 4° posto delle attività online più popolari*
- Ogni 11 minuti si registra un nuovo membro online sui social network
- Guidati da Facebook e Twitter, il tempo globale trascorso sui siti social network aumenta dell'82% l'anno

La popolarità dei social network

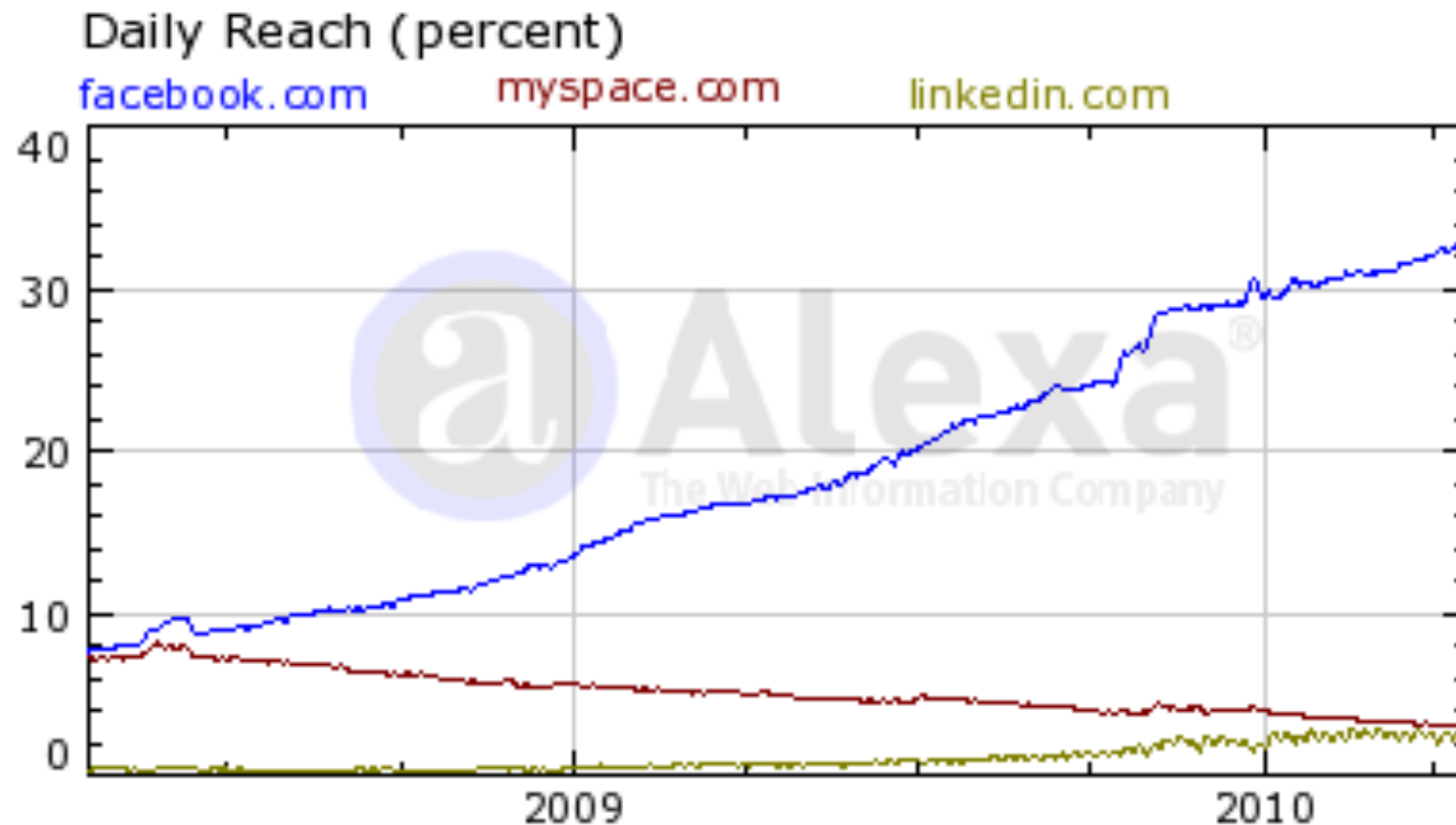
- Globalmente, i social networks e i blog sono le categorie più popolari online se considerate **dal punto di vista del tempo trascorso** dagli utenti nel dicembre 2009. Seguono i giochi e l'instant messaging
- Con oltre 300 milioni di visitatori unici, Facebook era a dicembre 2009 il social network più visitato e il 67% degli utenti globali dei social media ha visitato il sito nel corso del mese
- Cresce anche il tempo in cui mediamente l'utente si collega a Facebook: 6 ore al mese

Global Web Traffic to Social Networking Sites



Source: The Nielsen Company

Percentuale dei contatti quotidiani



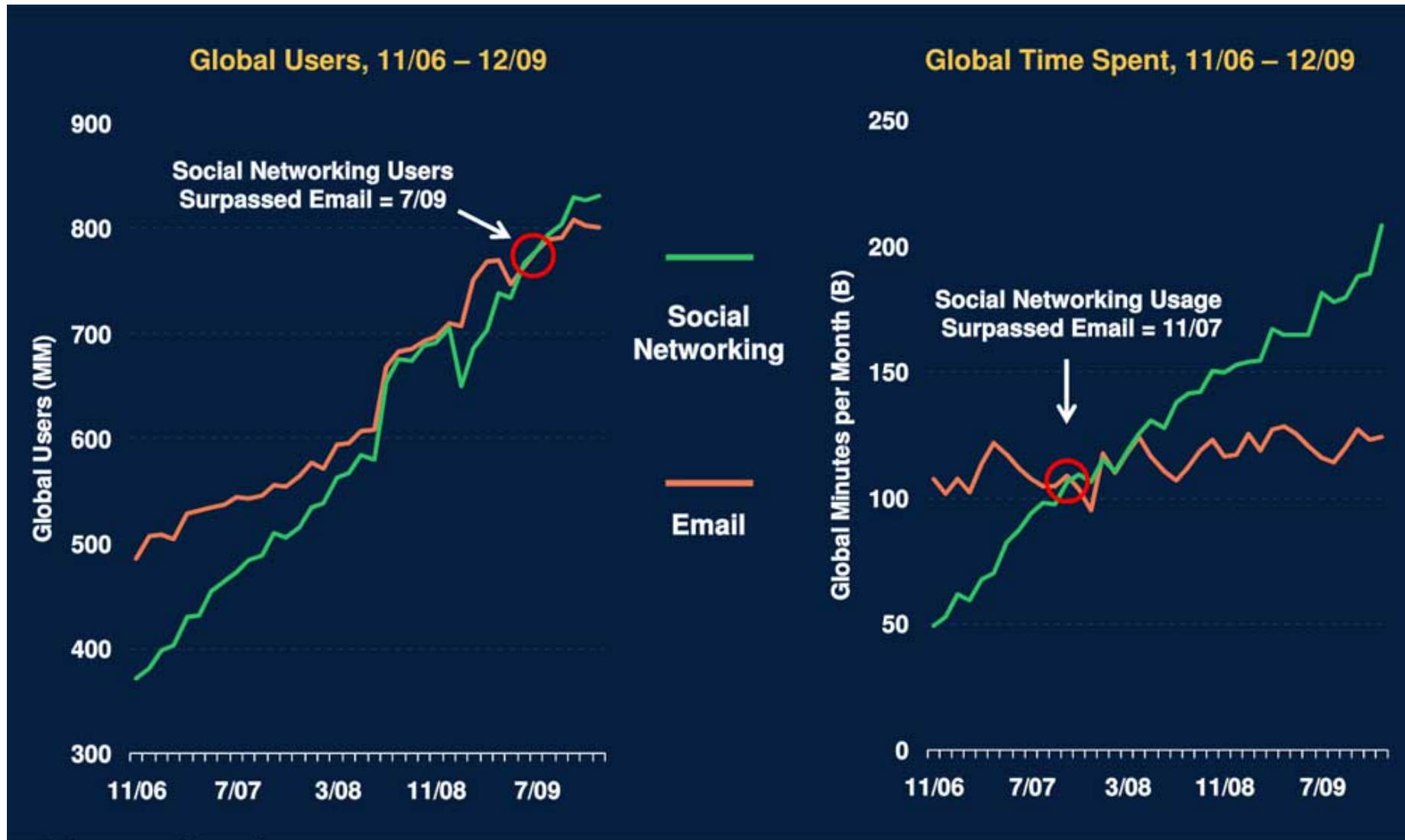
Fonte: elaborazione dati Alexa.com, aprile 2010

La permanenza media

Country	Unique Audience (000)	Time per Person (hh:mm:ss)
United States	142,052	6:09:13
Japan	46,558	2:50:21
Brazil	31,345	4:33:10
United Kingdom	29,129	6:07:54
Germany	28,057	4:11:45
France	26,786	4:04:39
Spain	19,456	5:30:55
Italy	18,256	6:00:07
Australia	9,895	6:52:28
Switzerland	2,451	3:54:34
Source: The Nielsen Company		

Fonte: Nielsen, gennaio 2010

L'uso dei social network



Fonte: Morgan Stanley – 2010 Internet Trends Report

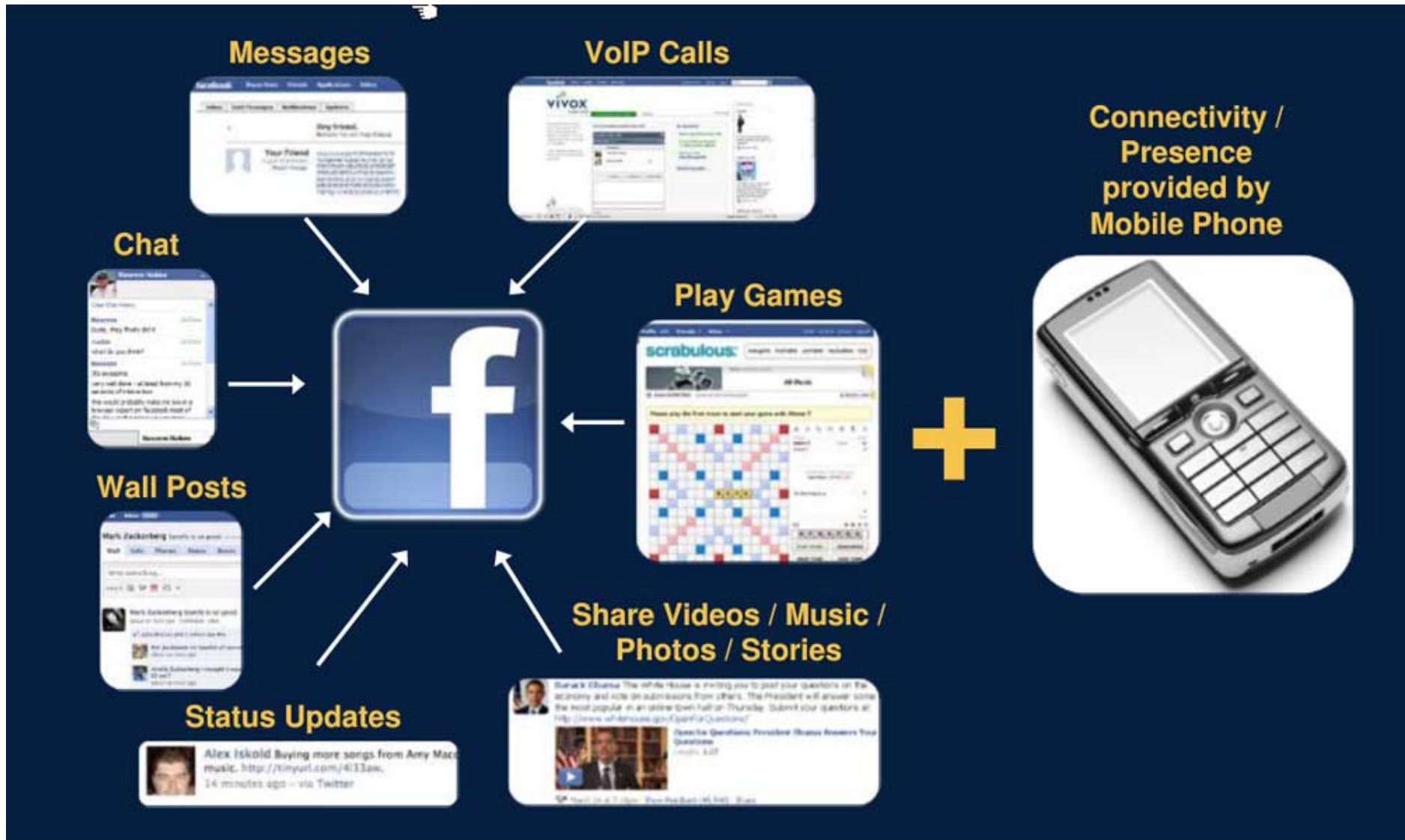
The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a blue rectangular background.

- Fondato nel 2004 da Mark Zuckerberg, **Facebook** era originariamente utilizzato e limitato nell'ambito del campus universitario di Harvard come rete sociale
- Aperto a tutti nel 2006 (>13 anni)
- E' oggi il primo social network del mondo per numero di accessi

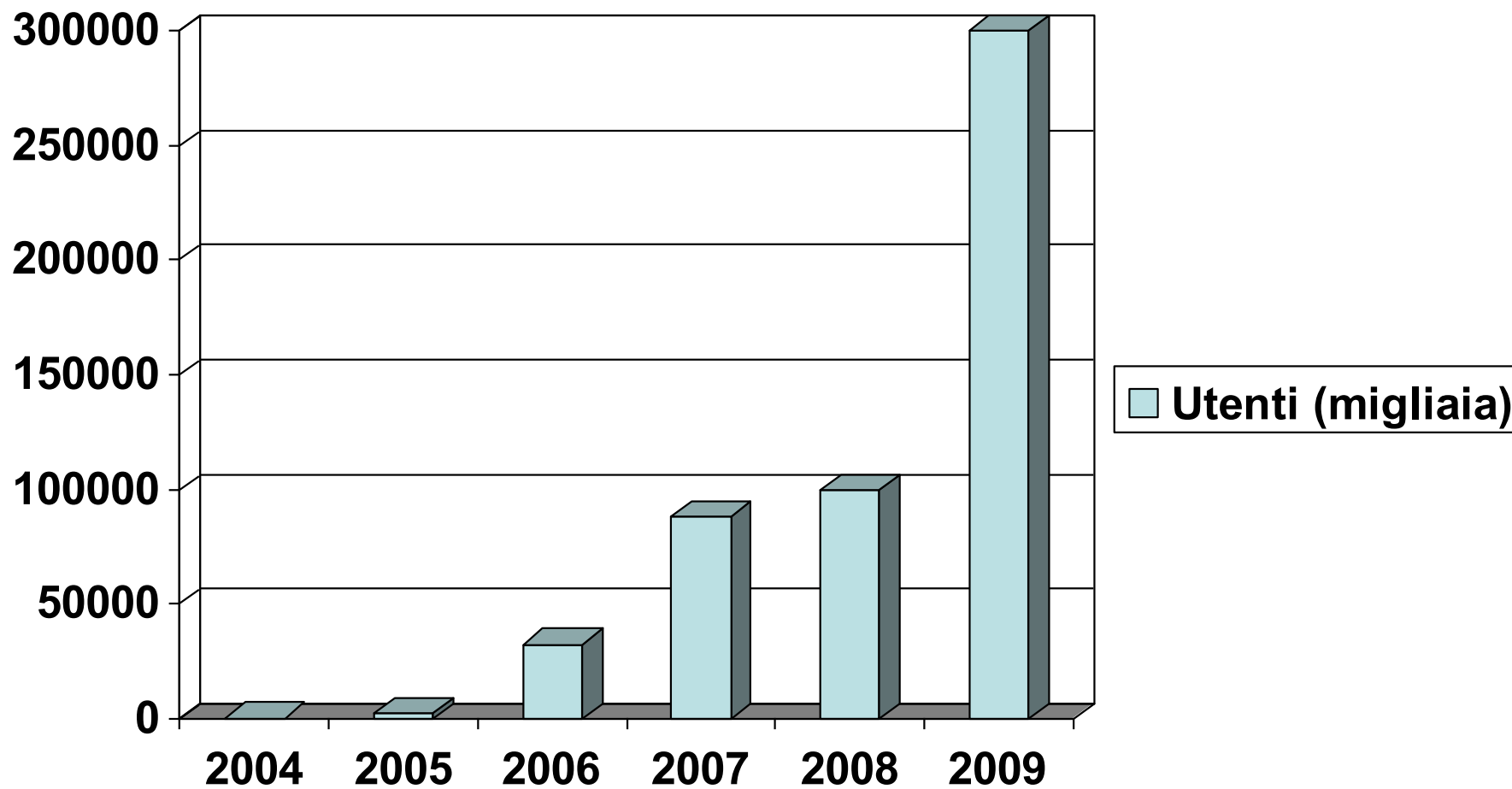
facebook in cifre

- 500 mln di utenti a giugno 2010
- 20 mln di utenti in Italia
- Versioni in 70 lingue diverse
- 3 miliardi di foto caricate al mese
- 14 milioni di video
- 175 milioni di accessi giornalieri al profilo personale
- Fascia d'età con il maggiore tasso di crescita: 35 anni
- Dipendenti: 900
- Raccolta pubblicitaria 2009: 435 milioni di \$
- Raccolta pubblicitaria 2010: 605 mln di \$

L'universo di Facebook

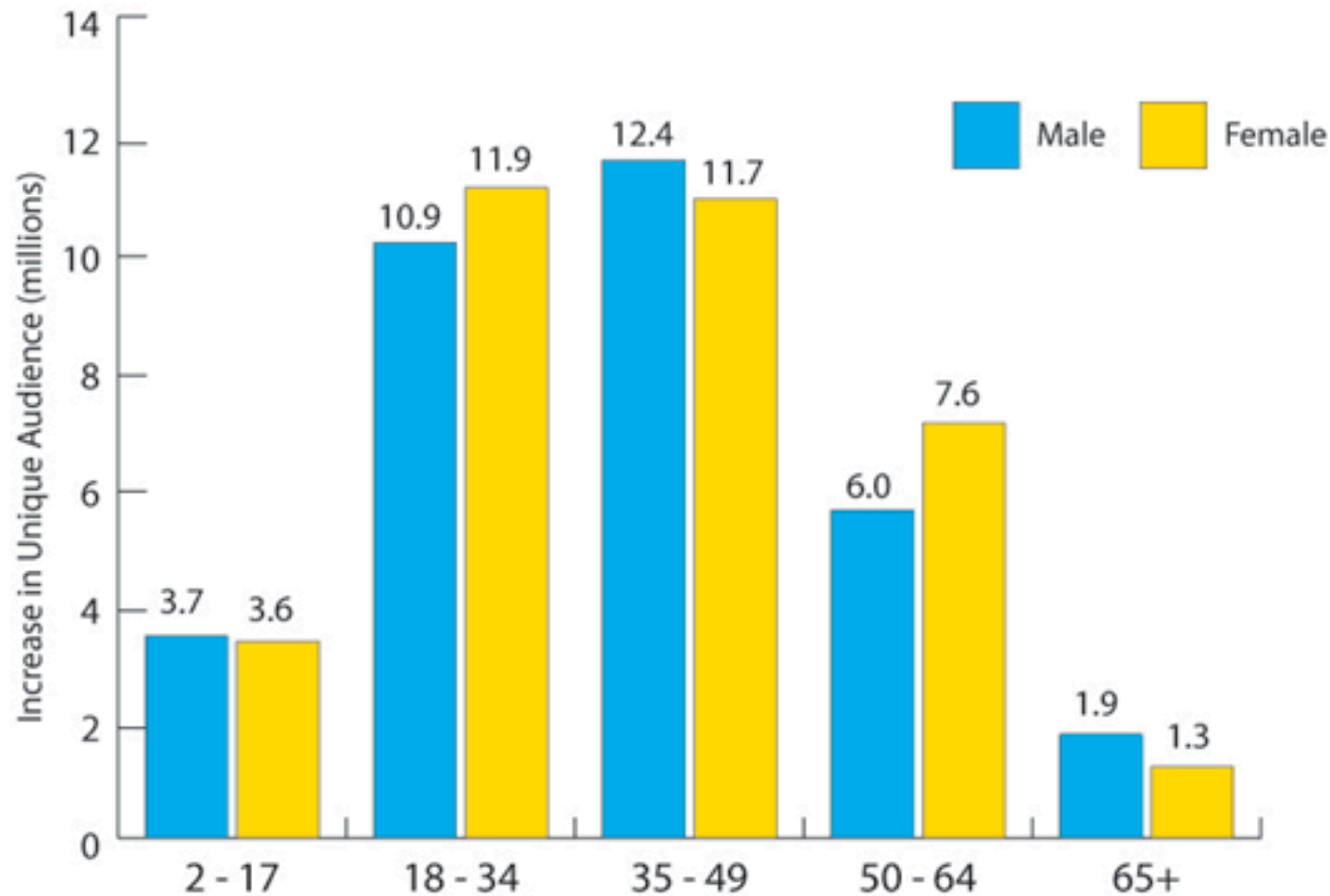


facebook in cifre



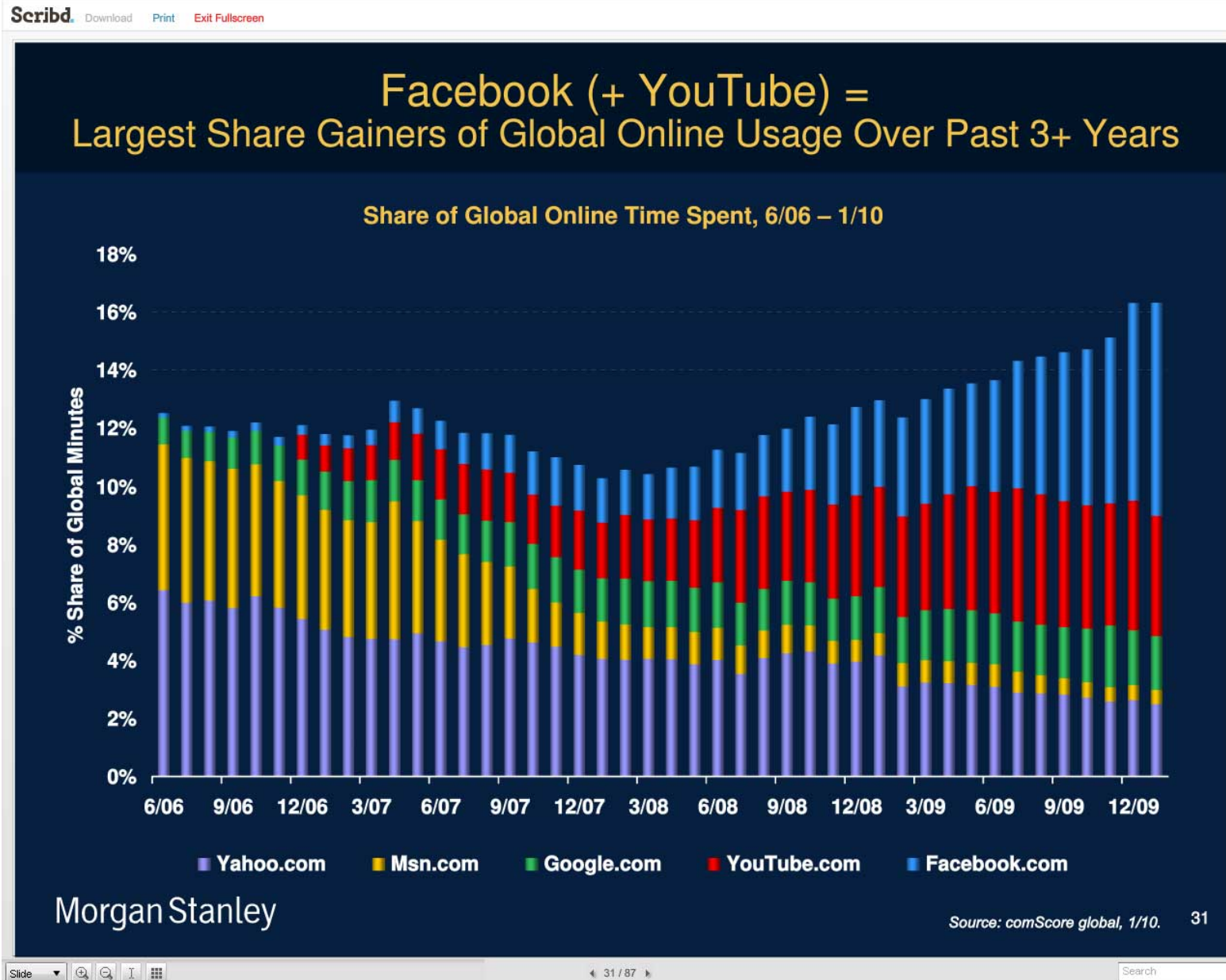
La crescita di

Facebook's growth in global* audience numbers



Source: Nielsen Online, Global Index, December 2007 – December 2008. E.g. Between Dec 07 and Dec 08 there was a 3.7 million global increase in the number of 2-17 year old males visiting Facebook
1 'Global' refers to AU, BR, CH, DE, ES, FR, IT, UK & USA only

Sempre più su Facebook e Youtube





- Fondato nel 2002 utilizzò inizialmente gli account di Friendster. Permise per primo la customizzazione della pagina e divenne ben presto il primo social network per numero di utenti
- Dal luglio 2005 è di proprietà della News Corp.
- Nel 2009 11° sito più popolare al mondo



- E' nato nel 2003 come social network professionale
- Utilizzato anche per reclutare personale, avviare contatti commerciali o comunque legati al business
- 50 milioni di account in 200 Paesi diversi

Lo stato di salute dei SN

- Il 10% degli utenti dei SN produce il 90% dei contenuti*
- Il tasso di abbandono (quelli che hanno un account su Twitter, ma non postano nulla, è del 60% a un mese dalla sottoscrizione), e 90% per periodi più lunghi
- Si sta affermando una élite di comunicatori digitali: maschi, bianchi, di cultura elevata
- Il retention rate a un mese dalla sottoscrizione è più elevato su Facebook e MySpace rispetto a Twitter ritenuto culturalmente più sofisticato

Pochi comunicatori reclutano migliaia di lettori: la maggioranza degli utenti del web 2.0 regredisce in tempi brevi dallo status di produttore/consumatore al mero status di consumatore

*Fonte: Harvard University