

Sociologia dei Media Digitali

Strumenti
Le infrastrutture della collaborazione su internet

Davide Bennato
Università di Catania

dbennato@unict.it



Bennato, D., 2011, Sociologia dei media digitali, Laterza, Roma-Bari.

Manuali Laterza Prefazione IX Davide Bennato I. Contesto Processi comunicativi e media digitali: 3 un panorama mutato 1. Il processo comunicativo: dal broadcasting al socialcasting, p. 3 - 2. Il pubblico: dall'audience ai pubblici-audience, p. 7 - 3. Le mutazioni dei media: dai mass media ai social media, p. 18 - 4. Macrosistemi tecnici, infrastrutture e piattaforme, p. 32 Sociologia II. Strumenti dei media Le infrastrutture della collaborazione digitali 45 1. Alla ricerca di una definizione tra tecnologia e processi sociali, p. 45 - 2. Le dinamiche sociali della tecnologia: diffusione, addomesticamento, mobilità, p. 64 - 3. Blog: la dimensione dialogica, p. 72 - 4. Wiki: gli spazi di collaborazione, p. 81 - 5. Social network (sites): la componente relazionale, p. 93 - 6. Altre forme di social media: Youtube, Twitter, Friendfeed, p. 107 III. Valori La dimensione etica della network society 123 1. La tecnologia e il problema dei valori, p. 125 - 2. L'emergere della tecnoetica: Simputer e Miss Bimbo, p. 131 - 3. Scimmie, lemming, alveari: critiche al web partecipativo, p. 140 Bibliografia 153 Sitografia 175 GF Editori Laterza



Strumenti Le infrastrutture della collaborazione su internet

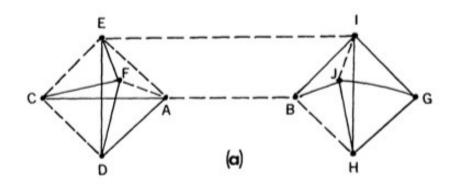
- Alla ricerca di una definizione tra tecnologia e processi sociali
 - Social informatics
 - Social software
 - ➤ Web 2.0
 - > Social media
- Social informatics (1999)
 - > Studio degli aspetti sociali delle ICT e della computerizzazione
 - ➤ Origini: Computer Supported Cooperative Work
 - «La Social Informatics si riferisce allo studio interdisciplinare della progettazione, dell'uso e delle conseguenze delle Ict che prende in considerazione la loro interazione con contesti istituzionali e culturali»
 - > Progettare un sistema informatico compatibile con un contesto sociale
 - > Occupare lo spazio tra descrizioni giornalistiche *naive* e ricerche fondate
 - Superare la metafora della cassetta degli attrezzi
 - Concetti: web of computing, configurational technology



- Barry Wellmann e i Computer Supported Social Networks (1996)
 - ➤ Social network e social network analysis
 - «Quando le reti di computer collegano le persone così come le macchine, allora diventano reti sociali, che chiameremo reti sociali computer-assistite (Cssns: computer supported social networks)»
 - ➤ Le tre forme delle Cssns: le comunità virtuali, le reti di computer, il telelavoro
 - La comunicazione online e la CMC
 - ➤ Tipologie di legami: legami forti, legami deboli, legami fonte di stress (flaming, spamming, cyberstalking)
 - Paradosso: la rete incoraggia appartenenze a comunità multiple ma le reti sociali possono trasformarsi in comunità ampie
 - «Le norme sociali che si sviluppano nella rete non sono semplicemente pallide imitazioni della vita reale: la Rete è la Rete»
 - ➤ Interessante la lingua del paper: spam, groupware, Windows 95, Lotus Notes, Usenet



The Strength of Weak Ties



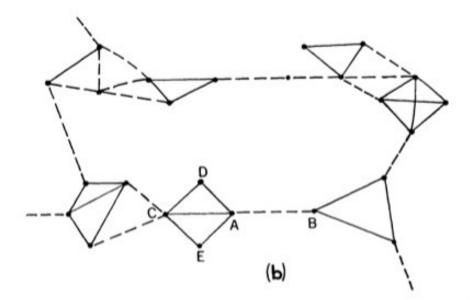


Fig. 2.—Local bridges. a, Degree 3; b, Degree 13. —— = strong tie; —— = weak tie.

• Il manifesto Cluetrain (1999)

- «I mercati sono conversazioni»
- ➤ Levine, Locke, Searls, Weinberger
- Analizzare l'impatto di internet sulla comunicazione aziendale interna ed esterna per uscire dalla New Economy
- > Retorica apodittica, 95 tesi, ironico/autoironico
- ➤ L'idea: la rete non è un mezzo di comunicazione, ma un mezzo di relazione sociale (Societing: Fabris, 2008)

Clay Shirky e il Social Software (2002)

- Seminari per chi interessato a nuove forme di progettazione del software e nuovi modelli di business
- Innovazione o termine modaiolo per descrivere la cultura della blogosfera?
- > boyd: movimento culturale e non semplice classe di nuove tecnologie
- ➤ Cambiamento 1: l'ingegneria del software e la progettazione del social software
- > Cambiamento 2: i modelli di diffusione della partecipazione, crescita organica
- Cambiamento 3: trasformazioni nel comportamento sociale. Tema/aggregazione diventa aggregazione/tema

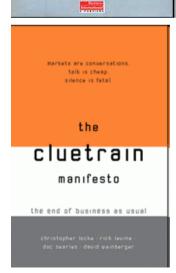


Cluetrain Manifesto

http://www.mestierediscrivere.com/testi/Tesi.htm

- 1. I mercati sono conversazioni
- 2. I mercati sono fatti di esseri umani, non di segmenti demografici.
- 6. Internet permette delle conversazioni tra esseri umani che erano semplicemente impossibili nell'era dei mass media.
- 9. Queste conversazioni in rete stanno facendo nascere nuove forme di organizzazione sociale e un nuovo scambio della conoscenza.
- 10. Il risultato è che i mercati stanno diventando più intelligenti, più informati, più organizzati. Partecipare a un mercato in rete cambia profondamente le persone.
- 12. Non ci sono segreti. Il mercato online conosce i prodotti meglio delle aziende che li fanno. E se una cosa è buona o cattiva, comunque lo dicono a tutti.
- 14. Le aziende non parlano con la stessa voce di queste nuove conversazioni in rete. Vogliono rivolgersi a un pubblico online, ma la loro voce suona vuota, piatta, letteralmente inumana.
- 17. Se le aziende pensano che i loro mercati online siano gli stessi che guardavano le loro pubblicità in televisione, si stanno prendendo in giro da sole.
- 18. Le aziende che non capiscono che i loro mercati sono ormai una rete tra singoli individui, sempre più intelligenti e coinvolti, stanno perdendo la loro migliore occasione.
- 20. Le aziende dovrebbero rilassarsi e prendersi meno sul serio. Hanno bisogno di un po' di senso dell'umorismo.
- 21. Avere senso dell'umorismo non significa mettere le barzellette nel sito web aziendale. Piuttosto, avere dei valori, un po' di umiltà, parlar chiaro e un onesto punto di vista.
- 30. La fedeltà a una marca è la versione aziendale della coppia fissa, ma la rottura è inevitabile ed è in arrivo. Poiché sono in rete, i mercati intelligenti possono rinegoziare la relazione con incredibile rapidità.
- 53. Ci sono due conversazioni in corso. Una all'interno dell'azienda, l'altra con il mercato.







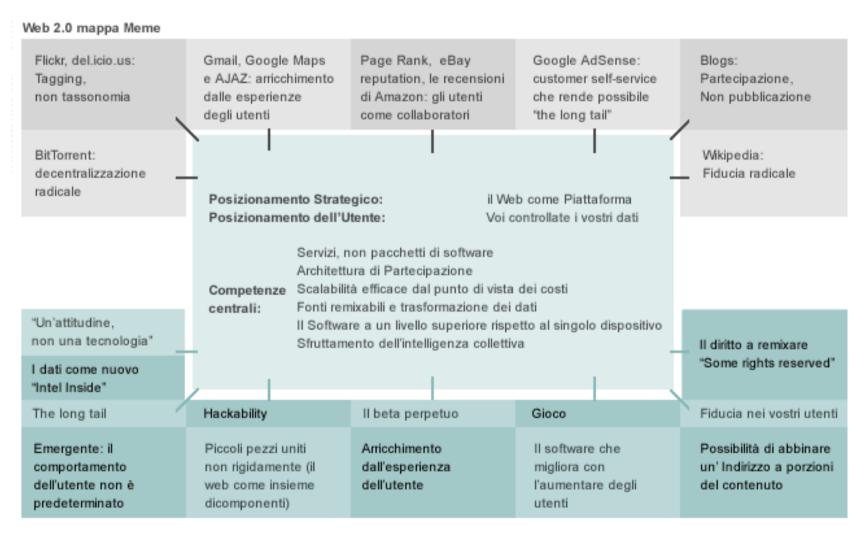




- Web 2.0 di Tim O'Reilly (2004)
 - ➤ Le O'Reilly Conferences
 - > Dougherty: l'ecosistema digitale all'indomani dell'esplosione delle dot.com
 - ➤ Le dot.corp e le startup
 - ➤ Che cos'è il web 2.0? Boh! (O'Reilly 2005)
 - ➤ Idee chiave: architettura della partecipazione e intelligenza collettiva
 - Architettura della partecipazione: aumentando gli utenti aumenta il valore del servizio (principio di esternalità di rete) e il servizio stesso migliora (beta perpetuo). In pratica l'architettura è politica (Winner e i ponti di Moses)
 - Intelligenza collettiva: comportamento cognitivo di tipo collettivo mediante tecnologie di aggregazione. Componenti: collaborazione, coordinamento, tecnologia
 - > Altre idee chiave "derivate"
 - Architettura della partecipazione -> web come piattaforma, beta perpetuo, hackerabilità, remixabilità
 - Intelligenza collettiva -> centralità dei dati, link come moneta di scambio, gli utenti fonte di valore (community sfruttabile)



La mappa dei memi del web 2.0





La saggezza della folla: "Chi vuol essere milionario" "Il pubblico ha ragione nel 95% dei casi"









Sociologia dei Media Digitali Davide Bennato



Digital Ethnography: The Machine is Us/ing Us http://www.youtube.com/watch?v=NLIGopyXT_g





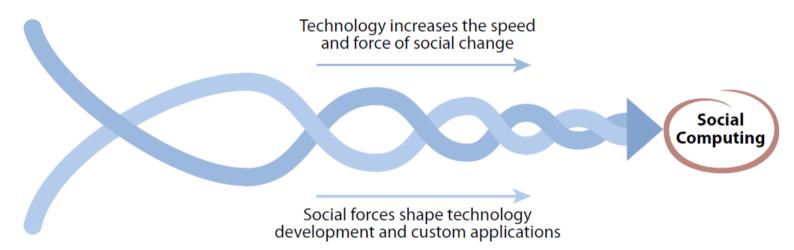
- Social computing (2006)
 - > Rapporto Forrester a cura di Charlene Li
 - «Struttura sociale in cui la tecnologia dà potere alle comunità, non alle istituzioni»
 - ➤ Onda anomala (Groundswell): «l'Onda anomala è un trend sociale in base a cui le persone usano le tecnologie per procurarsi ciò di cui hanno bisogno le une dalle altre, invece che dalle istituzioni tradizionali come le grandi imprese»
 - ➤ Il processo di disintermediazione
 - eBay: piattaforma di compravendita
 - Tripadvisor: piattaforma di scambio di consigli
 - Couchsurfing: piattaforma di viaggi fai-da-te basata sul principio dello scambio alla pari



Figure 1 Technology And Social Factors Converge To Create Social Computing

Technology

- Cheap hardware and software reach the masses
- Computing power migrates to the edge of the network



Social change

- Aging consumers look to technology to support families and communities
- Younger generations pioneer the use of personal networks and viral communication

Source: Forrester Research, Inc.



Figure 2 The Many Forms Of Social Computing

Social technology	Examples	Current usage
Social networks Technology that allows users to leverage personal connections.	Linked in facebook orkut Ofriendster. myspace aplace for friends	 6% of North American online consumers use social networking sites weekly, up from 4% in 2004.
RSS An XML standard that lets users collect and read content feeds.	Bloglines FeedBurner FeedBurner Pluck	6% of North American online consumers use RSS weekly. 47% of marketers use or plan to use RSS feeds.
Open source software Publicly available software that can be copied or modified without payment.	OpenOffice.org	 56% of US firms use open source software; 19% plan to use it. 39% of European firms use open source software; 29% plan to.
Blogs Online diaries of text, photos, or other media.	TypePad Spaces xanga	 10% of North American online consumers visit blogs weekly. 51% of marketers use or plan to use blogs in some way.
Search engines Services that find Web content based on user-specified criteria.	msn Is greves (miline Google & Technorati	 79% of US online consumers use a search engine weekly in 2005. 79% of marketers use or plan to use search marketing.
User review portals Web portals that allow users to search for peer reviews on a product or service.	minister Pages. Chel CNET.com	12% of North American and 21% of European online consumers visit ratings sites.
P2P file sharing Sharing media files over a network powered by users who act as both client and server.	gnutella.es	6% of North American and 5% of European online consumers use P2P networks.
C2C eCommerce Buying and selling among consumers via the Net.	amazon.com craigslist	27% of North American and 21% of European online consumers bid or sell in online auctions.
Comparison shopping sites Sites that allow consumers to compare products or services.	Price Grabber.com	24% of North American online consumers visit comparison shopping sites.
Podcasts Online audio or video that users can download to a device.	Podcast Alley ires his harmon. Podcast Alley podcast and reflected induced in	 1% of North American online consumers listen to podcasts today, but 24% are interested in it.
Wikis/Collaboration software Shared publishing software or site that allows users to edit content.	Basecamp Socialtext groovenetworks Socialtext Enterprise Social Software WIKIPEDIA	 Wikipedia, a collaborative encyclopedia, has more than 3 million pages, in almost 200 languages.
Tagging Metadata assigned to items like photos or Web pages to facilitate searching and sharing.	del.icio.us digg	 According to the Wall Street Journal, tagging sites garner less than 1% of Google's traffic, but they are growing rapidly.

Source: Forrester Research, Inc.



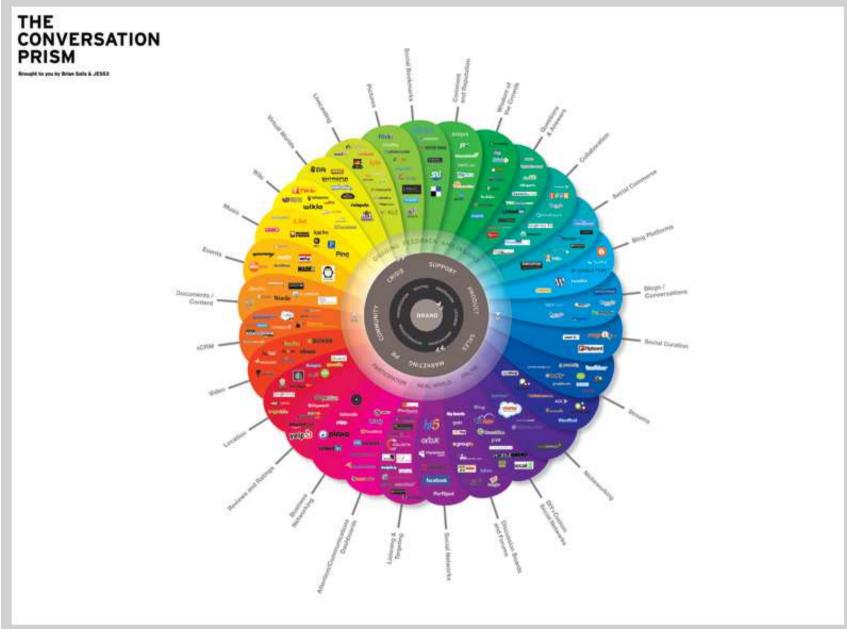
Social media

- > Termine di difficile datazione
- > Sempre più media, sempre meno "semplici" tecnologie informatiche
- > Sta sostituendo il termine Web 2.0, in questo quest'ultimo troppo legato all'informatica e cannibalizzato dal marketing
- L'ambiguità del versioning "2.0"
- ➤ II Web 2.0 come trucco di marketing: la controversia O'Reilly vs IT@Cork
- ➤ Web 2.0: non buttare il bambino (il cambiamento socio-culturale) con l'acqua sporca (appropriazione da parte del marketing)

Alla ricerca di una tassonomia

- ➤ Come classificare le piattaforme del web partecipativo?
- ➤ Nuovi servizi, mashup, terze parti...
- Wittgenstein: l'idea delle somiglianze di famiglia
- Blog, Wiki, Social network (sites), Altri servizi (Youtube, Twitter, Friendfeed)

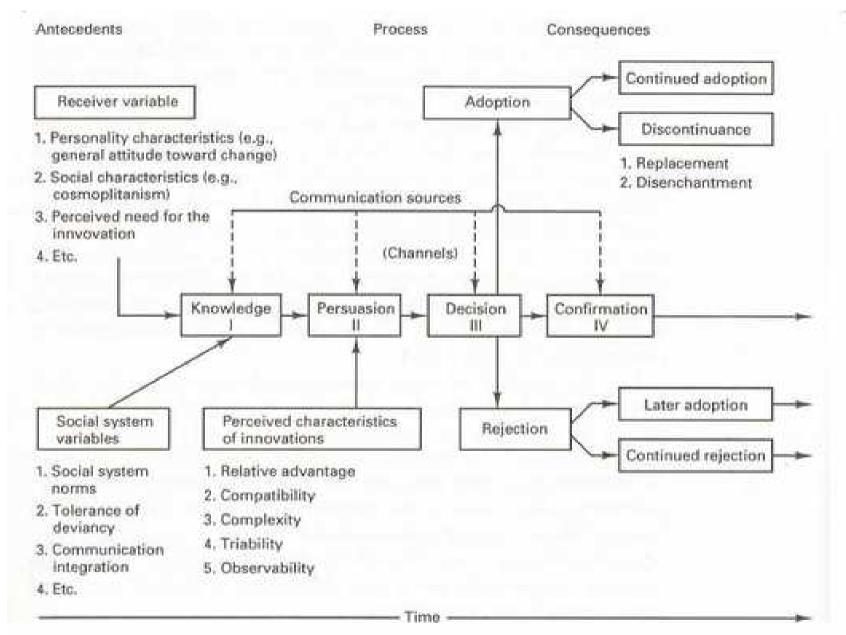






- Le dinamiche sociali della tecnologia: diffusione, addomesticamento, mobilità
 - > La teoria della diffusione delle innovazioni o diffusionismo
 - ➤ Usare un'innovazione è un mix di comunicazione e rapporti sociali
 - Gabriel Tarde, lo studio delle tecnologie agricole, Everett Rogers
 - > Rogers: il modello della diffusione delle innovazioni
 - Innovazione: idea/pratica/progetto percepito come nuovo
 - Canali di comunicazione: media e comunicazione interpersonale (omofilia/eterofilia)
 - Il tempo: modi con cui un'innovazione prende piede in un contesto sociale
 - Il sistema sociale: organizzazione volta a raggiungere un obiettivo
 - ➤ Le fasi del processo decisionale (lato dell'attore)
 - Conoscenza: contatto con l'innovazione
 - Persuasione: elaborazione di un atteggiamento (positivo/negativo)
 - Decisione: scelta di adottare/non adottare l'innovazione
 - Implementazione: innovazione viene messa in pratica
 - Conferma: rafforzamento della scelta dell'innovazione adottata







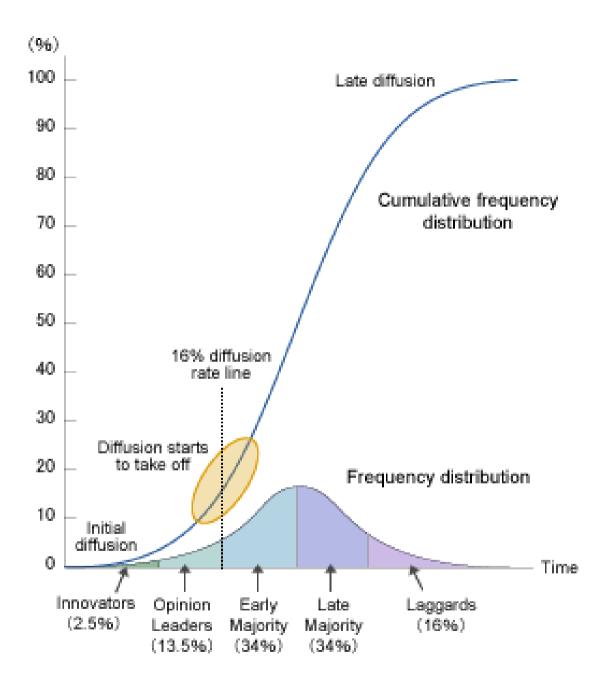
- Caratteristiche dell'innovazione che aiutano/impediscono l'adozione
 - Vantaggio relativo: l'innovazione viene percepita come migliore di quella che sostituisce
 - Compatibilità: congruenza con un set di valori esistenti
 - Complessità: percezione dell'innovazione come difficile da usare/capire
 - Sperimentabilità: possibilità di collaudare l'invenzione
 - Osservabilità: l'innovazione mostra i risultati che sono evidenti anche per i non-utenti
- ➤ Le caratteristiche socio-demografiche degli innovatori
 - Innovatori (*innovators*): forte attitudine all'innovazione, giovani, status alto, ricchi
 - Anticipatori (early adopters): forte att. innovazione, leader d'opinione, status alto
 - Maggioranza iniziale (early majority): deboli gregari, status medio, contatti con altri
 - Maggioranza tardiva (late majority): forti gregari, status basso
 - Ritardatari (*laggards*): tradizionalisti, status basso, socialmente isolati
- Modello interessante per spiegare il successo dei social media
 - 1. L'innovazione come forma di comunicazione sociale
 - 2. il processo di diffusione come contagio sociale
 - 3. strategia comunicativa basata sulla condivisione
 - 4. Gli evangelists come innovators (innovatori)
 - 5. Il sistema sociale dotato di un'organizzazione a rete



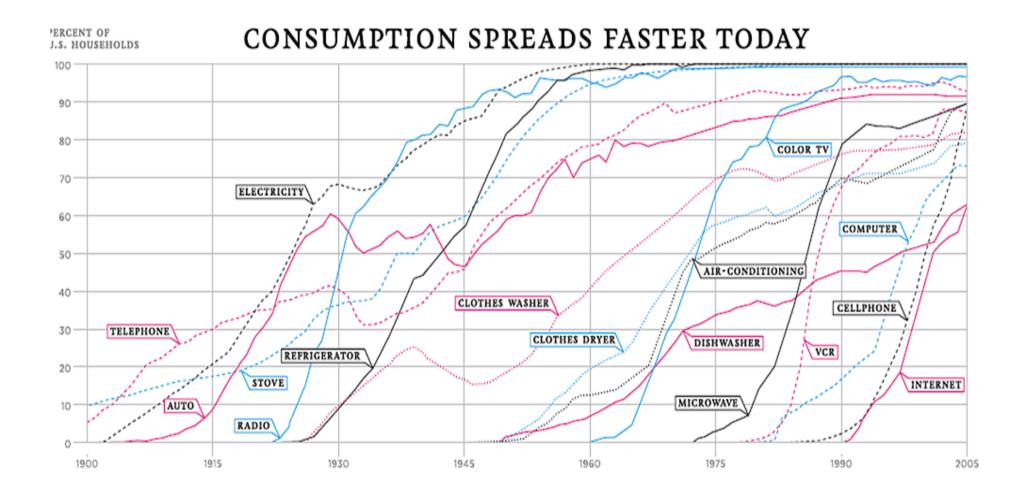
• Table 2 Composite picture of adopter categories (Rogers, 1983)

Adopters category	% of users	Salient values	PERSONAL CHARACTERISTICS	Communication behaviours	Social relationships
Innovators	2.5	'Venturesome', willing to accept risks	Youngest age, highest social status, largest and most specialized operations, wealthy	Closest contact with scientific information sources, interactions with other innovators, greatest users of impersonal sources	Some opinion leadership, very cosmopolite
Early adopters	13.5	'Respect', regarded as a role model	High social status, large and specialized operations	Greatest contact with local change agents	Greatest opinion leadership of any category in most social systems
Early majority	34	'Deliberate', willing to consider innovations only after peers have adopted	Above average social status, average-sized operations	Considerable contact with change agents and early adopters	Some opinion leadership
Late majority	34	'Sceptical', overwhelming pressure from peers needed before adoption occurs	Below average social status, small operation, little specialization, small income	Secure ideas from peers who are late majority, less use of mass media	Little opinion leadership
Laggards	16	'Tradition', orientated to the past	Little specialization, lowest social status, small operation, lowest income, oldest	Neighbours, friends, and relatives with similar values are main information source	Very little opinion leadership, semi-isolates









- Le dinamiche sociali della tecnologia: diffusione, addomesticamento, mobilità
 - > Teoria della diffusione: l'ingresso dell'innovazione nel contesto sociale
 - > Teoria dell'addomesticamento: istituzionalizzazione della tecnologia
 - > Domestication theory
 - Tradizione di studi dei Media Studies (Silverstone, Hirsch, Morley)
 - Addomesticare la tecnologia "selvaggia"
 - Concetti chiave: economia morale della casa e modello dell'addomesticamento
 - > Economia morale
 - Motivo esterno: pratiche di consumo/produzione dei membri della famiglia
 - Motivo interno: le attività economiche dei membri sono ispirate da fattori "biografici"
 - Modello dell'addomesticamento
 - Come un prodotto esce dal mondo delle merci ed entra nello spazio domestico
 - Appropriazione: da merce a oggetto (materialità, simbolica, mediatizzazione)
 - Oggettificazione: collocazione dell'oggetto tecnologico nello spazio domestico
 - Incorporazione: inserimento delle tecnologie nella vita quotidiana familiare
 - Conversione: esposizione reale/simbolica della tecnologia

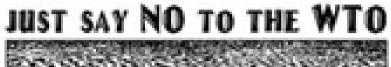


- > Applicabilità della teoria dell'addomesticamento ai social media
 - L'economia morale avviene nello spazio domestico ma non si esaurisce in esso
 - Peculiarità della dicotomia (continuum) pubblico/privato nei social media



- Le dinamiche sociali della tecnologia: diffusione, addomesticamento, mobilità
 - > Profondo legame culturale tra social media e la mobilità
 - Apparatgeist
 - Smart mobs
 - Apparatgeist (Katz, Aakhus 2002)
 - Le tecnologie della comunicazione mobili come quarta forma (MM, F2F, CMC)
 - Influenze: sul design, processi di significazione
 - Frame teorico: l'idea del contatto perpetuo (azione sociale mediante media personali)
 - Livelli influenza: intimo, personale, individuale, di gruppo, sociale, collettivo, istituzionale
 - ➤ Smart mobs (Rheingold 2003)
 - Forme di comportamento collettivo organizzare in maniera reticolare/non gerarchica rese possibili da cellulari, wifi ed altre tecnologie mobili
 - La battaglia di Seattle (1999)





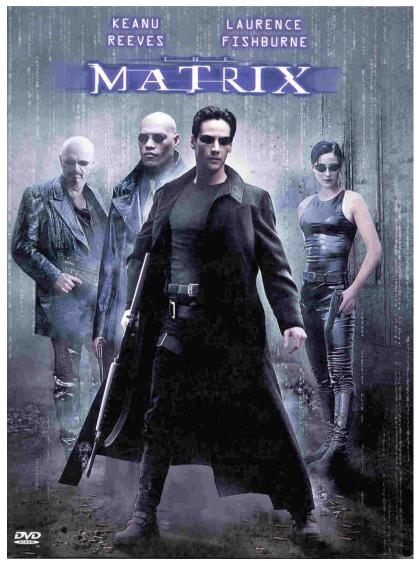


CARNIVAL AGAINST CAPITAL! SEATTLE, NOV.29-DEC.3, 1999



- > Applicabilità della mobilità ai social media
 - I social media creano contatti sociali in mobilità rafforzando la dimensione di contatto perpetuo
 - I social media sono la mente di un sistema sociale/culturale di cui le tecnologie della comunicazione sono il braccio









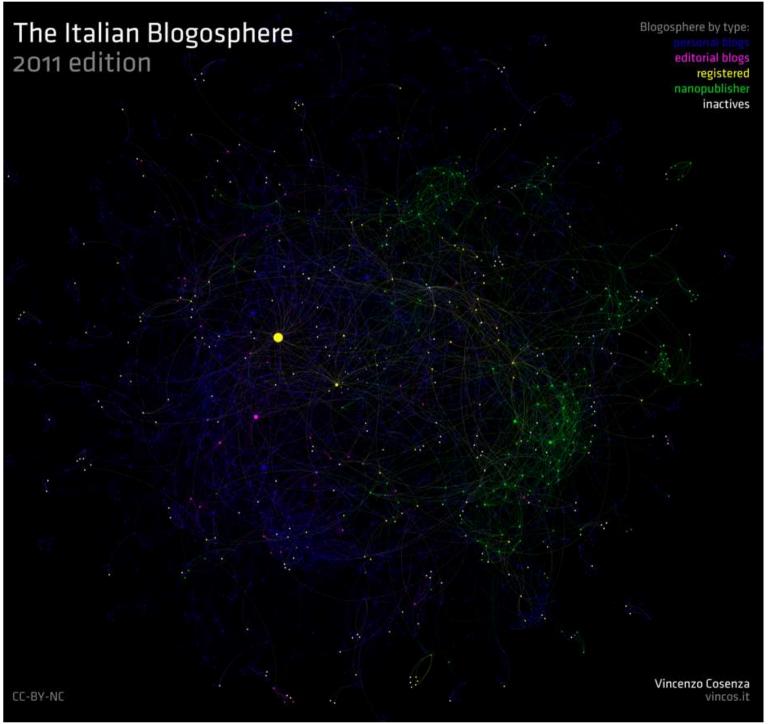
Sociologia dei Media Digitali Davide Bennato



- Blog: la dimensione dialogica
 - Antesignani dell'ecologia digitale dei social media
 - ➤ La storia dei (iperbolica e retorica) dei blog
 - 1993: Mosaic, What's new
 - 1997: Robotwisdom (John Barger), il termine weblog
 - 1999: Frontier (Winer), Pitas, Blogger
 - 2001: i blog in Italia
 - L'intreccio sociale, relazionale, sociale del blogging
 - ➤ Elementi strutturali: regole, relazioni, codice (Giddens by Schmidt)
 - Regole di adeguatezza: usare un medium per ottenere gratificazioni specifiche
 - → nei blog: mettersi in relazione/esercitare influenza sociale
 - Regole procedurali: dinamiche nell'utilizzo dei blog
 - R.P. di selezione: quali fonti scegliere?
 - R.P.di pubblicazione: quali temi affrontare?
 - R.P di networking: come scelgiere i link per creare "legami" con altri blogger?

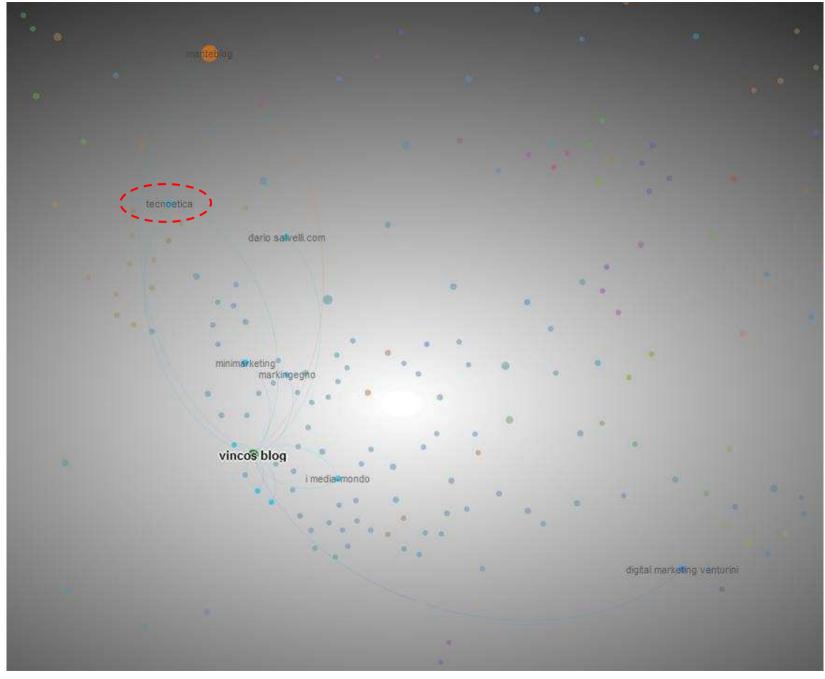


- Elementi strutturali: regole, relazioni, codice (Giddens by Schmidt)
 - Relazioni ipertestuali: dipendono dalla tecnologia di blogging utilizzata (permalink, trackback, blogrolling)
 - Relazioni sociali: dipendono da specifiche pratiche (incontri informali, email,...)
- > Elementi strutturali: regole, relazioni, codice (Giddens by Schmidt)
 - Blog online: Blogger, Splinder
 - Script blog (CMS): Wordpress, Movable Type
 - Metafora dell'esperienza: condomini e case di proprietà
- ➤ Macrocategorie di blog 1: diario online
 - Principale categoria di blog
 - Il clustering della blogosfera
 - Herring et al 2007: firma unica, contenuti testuali, identitari, adulti, diaristici, rari commenti
 - Critica alla cyberretorica della Big Conversation
 - Di Fraia *et al* 2007: analisi di Splinder, giovani esploratori, tessitrici, pionieri
 - Quale il motivo: relazionale, creativo, ludico, introspettivo
 - Definizione identitaria: il caso dei momblog di BlogHer 2005



-1.448 blog personali - 194 nanopublishing (blogo, blogosfere, nanopress, Isayblog!, ecc...) - 53 blog di giornalisti ospitati dalla testata di riferimento (Espresso, la Stampa, il Sole 24 Ore, ecc...) - 68 blog sono registrati come testata giornalistica - 217 non sono più attivi





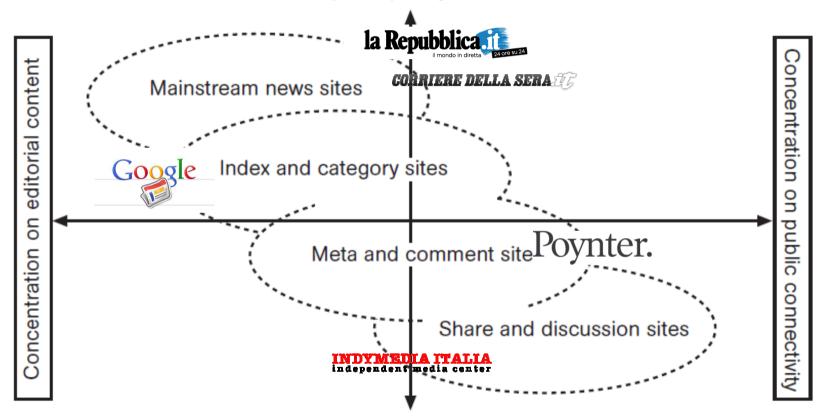
Sociologia dei Media Digitali Davide Bennato



- Macrocategorie di blog 2: Blog informativi (newsblog)
 - Blog e giornalismo: vexata quaestio
 - Quale il posto dei blog nell'universo del giornalismo online?
 - Deuze 2003: contenuto e connettività
 - Sofi 2006 il blog come testata: giornalismo diffuso (testimonianza), giornalismo residuale (newsmaking alternativo), apprendimento collaborativo
 - Giornalismo diffuso: lo Tsunami del 2004
 - Giornalismo residuale: il caso Calipari 2005
 - Una fonte "non convenzionale": i warblog
 - Caratteristiche del blog come fonte giornalistica: personalismo, forte punto di vista, audience co-creatrice, storia frammentata, i link come accesso alle fonti
 - Il caso del V-Day dell'8 settembre 2007. ignorato dalla stampa, fortissima presenza web grazie al passaparola



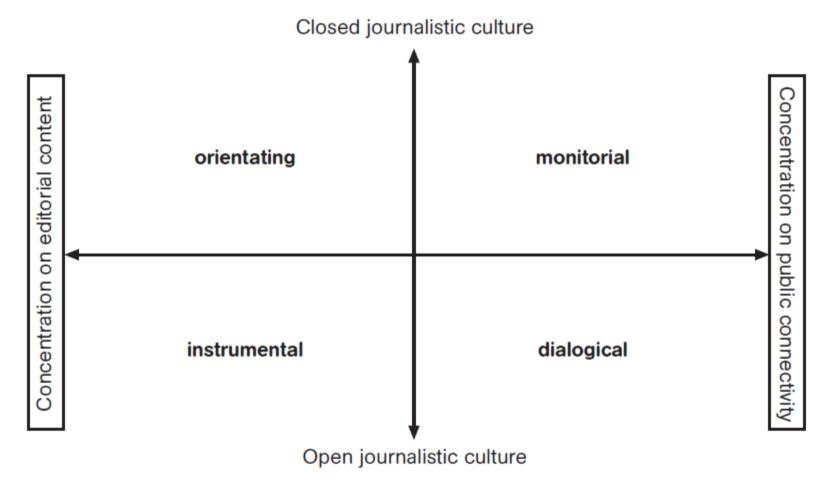
Moderated participatory communication



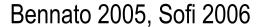
Unmoderated participatory communication

Figure 1 A typology of online journalisms





• Figure 2 Types of journalism between content and connectivity







UNCLASSIFIED

(U) was new to the Baghdad AOR, having arrived on 21 February 2005. Their Right Seat/Left Seat Ride program began on 22 February 2005. personne were in the last night of their Right Seat/Left Seat Royal Conference of VIP security operations on the evening of 4 March 2005. The Transfer of Authority occurred the next day, 5 March 2005. Chances 59C, 68C).

(U) is responsible for security inside the International Zone as well as U.S. Embassy VIP movement security along Route Irish. (Annex 58C).

(U) has Direct Liaison Authorized (DIRLAITH) to coordinate directly with for security along Route firsh. This is the same level of coordination previously authorized by

Division to When executing DIRLAUTH.

When executing DIRLAUTH.

Commander informed. The ToC passes all coordination efforts through the Brigade TOC to JOC. (Annex SEC).

F. (U) Findings

(U) The insurgents are continually adjusting their methods of attack along the Route Irish corridor. (Annex 11E).

(U) The long straightaway off southbound Route Vernon leading to the on-ramp to westbound Route Irish provides an excellent opportunity for a suicide VBIED to build up speed and threaten Soldiers in their positions. (Annex 5E).

(U) The Soldiers of had suffered a significant number of deaths in the four months that they had been in Iraq as of 4 March 2005, including two Soldiers that were killed by an IED at two days before the incident. (Annexes 1E, 10E).

UNCLASSIFIED



(S/NF) Since arriving in Iraq, 1-69 IN has experienced 19 roadside explosive devices, 38 incidents of small arms fire, 4 RPGs, 3 VBIEDs, 3 hand greasdes, 16 indirect fire attacks, and 2 complex attacks. (Annex 10E).

(S/NF) Five attacks against 1-69 IN in November resulted in two fatalities and three wounded. Five detonations in December resulted in one fatality and three wounded. In January 2005, 1-69 IN received six detonations that resulted in seven fatalities and three wounded. The seven fatalities all came in one attack involving 10 buried 155mm artillery rounds. After relocating to Baghada in February, the unit received one attack with no fatalities or wounded. Through early March. 1-69 IN has received four detonations resulting in three fatalities and three wounded. (Amex 10E).

(S//NF) Overall, 1-69 IN suffered 10 fatalities and 9 wounded while in Taji, followed by 3 fatalities and 3 wounded while conducting security operations on Route Irish. All 13 of the unit's combar related fatalities in theater have come as a result of IEDs. (Annex 10E).

4. (U) 1-76 Field Artillery Battalion (1-76 FA)

(U) 1-16 FA was new to the Baghdad AOR, having arrived on 21 February 2005. Their Right Seat Left Sear Ride program began on 22 February 2005. 1-76 FA personnel were in the last might of them Right Sear Left Sear Ride program with 2-23 FA and in charges Of VIP security operations on the evening of 4 March 2005. The Transfer of Authority occurred the next day, 5 March 2005. Chamsees 59C, 652 FA.

(U) 1.76 FA is responsible for security inside the International Zone as well as U.S. Embassy VIP movement security along Route Irish. (Annex 58C).

(U) 1-76 FA has Direct Liaison Authorized (DIRLAUTH) to coordinate directly with 1-69 IN for security along Route Irish. This is the same level of coordination previously authorized by "C «varlay Divisco to —82 FA When executing DIRLAUTH, [-76 FA directly coordinates an action with units internal or external to its command and keeps the 3ID commander informed. The 1-76 FA TOC passes all coordination efforts through the 4 Brigade TOC to 3ID JOC. (Annex 58C).

F. (U) Findings

(U) Route Irish and its checkpoints, particularly the ones at the three overpasses (CP 540, CP 541, and CP 543), are continually subject to attacks from IEDs, VBIEDs, SAF, and other methods of attack. It is a road filed with dangers that can kill, maim, and injure Soldiers and civilians. (Amnexes 3E, 5E, 8E).

(U) The insurgents are continually adjusting their methods of attack along the Route Irish



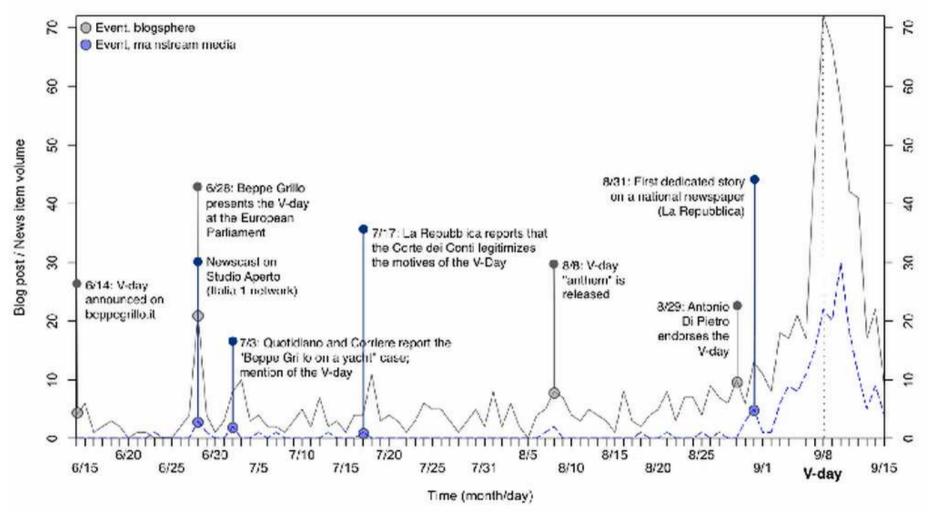


 Table 2
 Traditional journalism versus Blog journalism

	Traditional journalism	Blog journalism
Narrative style	Detached	Personal
	Neutral	Opinionated
	'Both' sides	One-sided
Approach to audience	Audience as passive recipient	Audience as co-creator
Story form	Structured format (e.g. inverted pyramid)	Fragments
	Answers basic questions (who, what, etc.)	Incomplete
	Closed text	Open text
	Sources and datelines for credibility	Hyperlinks for credibility

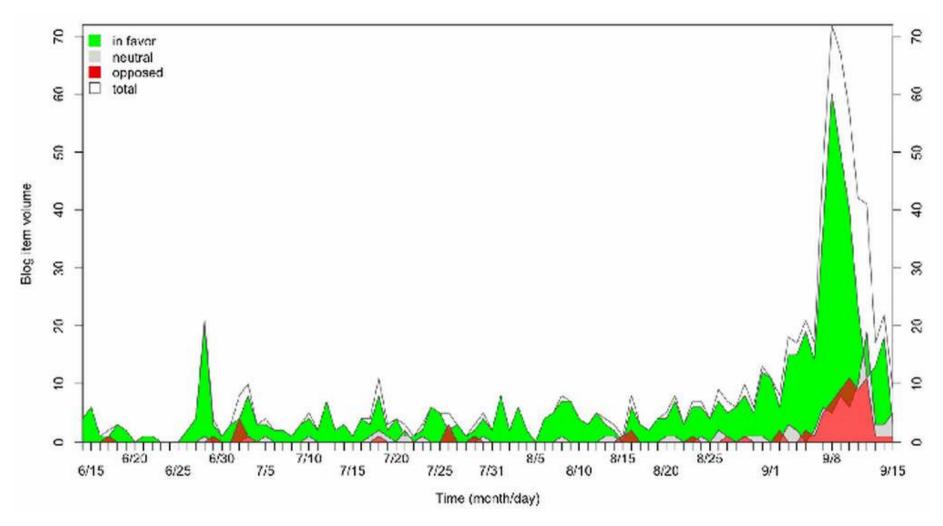


Pepe, Di Gennaro 2009



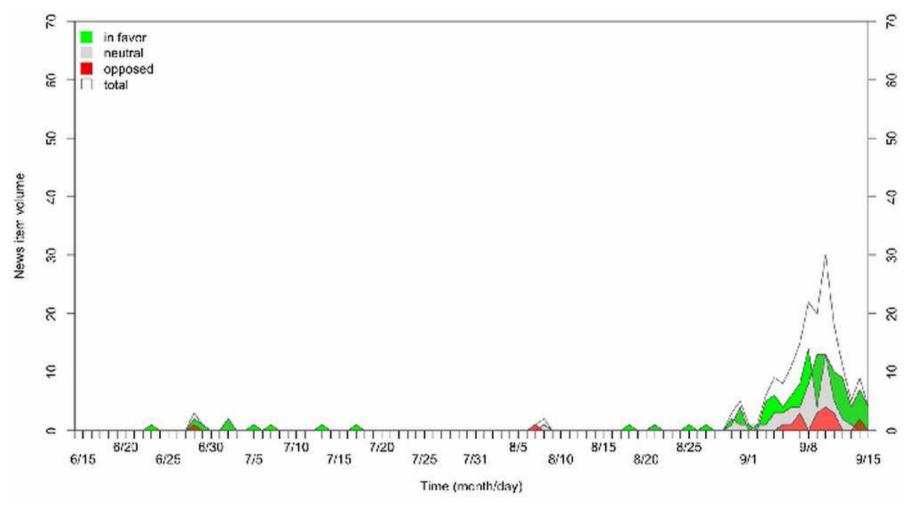


Pepe, Di Gennaro 2009





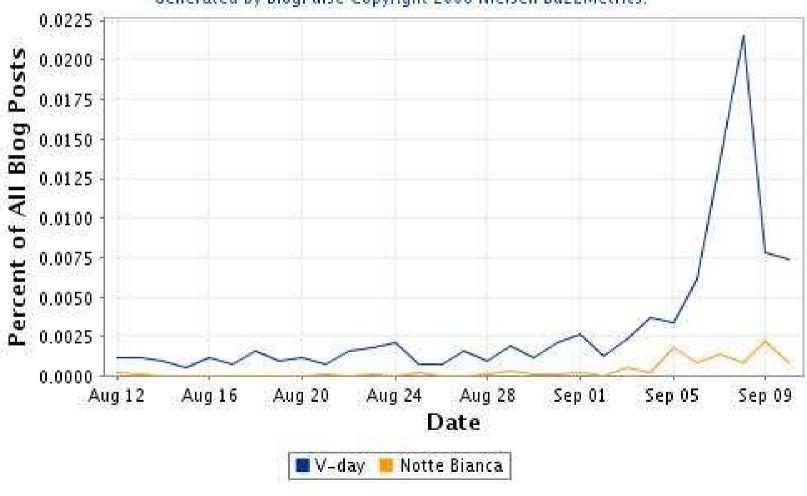
Pepe, Di Gennaro 2009





Bennato 2007

Generated by BlogPulse Copyright 2006 Nielsen BuzzMetrics.





- Wiki: gli spazi di collaborazione
 - ➤ Il rapporto fra Wiki ed enciclopedie non è biunivoco
 - Wikipedia, Wikileaks
 - Le caratteristiche dei wiki
 - Termine Hawaiano che indica veloce
 - Particolare categoria di CMS
 - Elementi tecnici: pagine di commento, sandbox, archivio modifiche (watchlist), talk pages, userpage
 - Spazio sociotecnico caratterizzato da specifiche regole di appartenenza
 - La storia dei Wiki
 - Ward Cunningham, la documentazione del codice e il Portland Pattern Repository (1995)
 - Jimmy Wales e Larry Sanger: da Nupedia (2000) a Wikipedia (2001)
 - > Perché si diventa Wikipediani?
 - Gli studi sui volontari: valori (altruismo verso gli altri), socialità (attività percepite poi importanti), comprensione (imparare nuove cose), carriera (migliorare competenze professionali), protezione (difendersi da pulsioni egoistiche), valorizzazione (migliorare l'attitudine altruistiche)
 - +FLOSS: divertimento, ideologia (condivisione di una visione del mondo)
 - Caratterizzazione di Wikipedia: community open source e non c. di volontari





Search Nupedia

Search

Read Nupedia

By Subject Alphabetically Newest Articles

Receive an encyclopedia article in your mailbox every morning!

Just enter your e-mail address.

Subscribe!

More info on this

Welcome to Nupedia.com!

Suppose scholars the world over were to learn of a serious online encyclopedia effort in which the results were not proprietary to the encyclopedists, but were freely distributable under an open content <u>license</u> in virtually any desired medium. How quickly would the encyclopedia grow?

We are building the world's largest international, peer-reviewed encyclopedia. It is free. We have the time, money, personnel, and commitment. But we really do need your involvement, too, particularly if you are a scholar or scientist. We have a lot that ordinary, decent writers with no special expertise can do, as well.

If you have questions, help is available.

Breaking news! Nupedia is going to make a radical shift from a mailing list-based peer review system to an automated, simpler, user-friendly web-based system. The editorial process, however, will remain fully intact. The programming that is going into the new system is very labor-intensive, but the results, we think, will be fantastic. We hope to have the system up and running within a month, but this is only an estimate -- could be sooner or later than that.

Join the Effort!

Write Articles
Edit and Review
Copyedit

Our Editors and Peer Reviewers

Our Writers

About Numedia

Editorial Policy
Nupedia News
Press Mentions
Discussion Groups
Open Content
License

Member Area

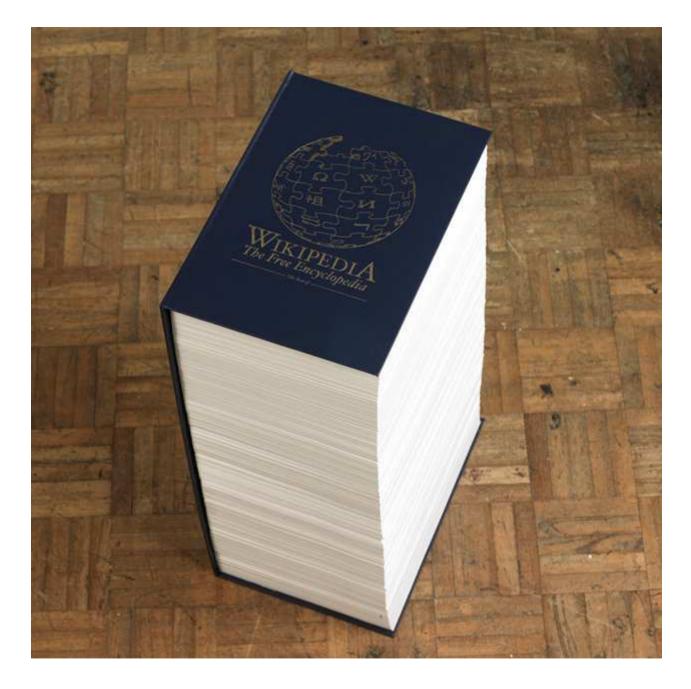
All Assignments
Your Assignments
Requested Topics
Volunteer to Write
on a Topic
Join Here

Links

Contact Nupedia

Home



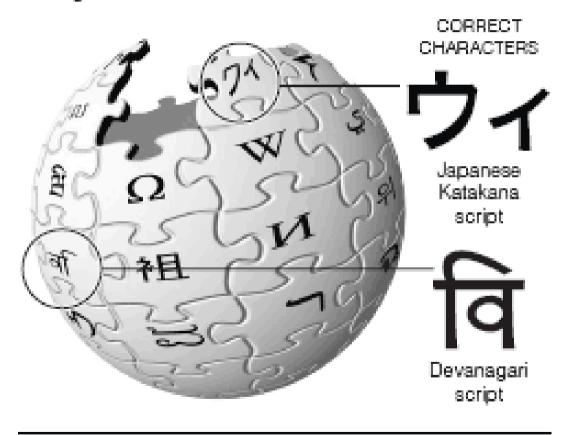


Sociologia dei Media Digitali Davide Bennato



This Logo Is a Work in Progress

The characters in the Wikipedia logo are generally intended to signify the "wi" sound or the letter "w," but the logo contains two erroneous characters.



The New York Times



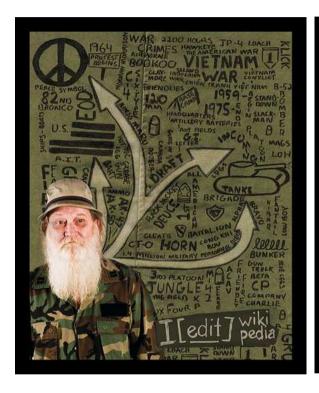
JESS3: The State of Wikipedia

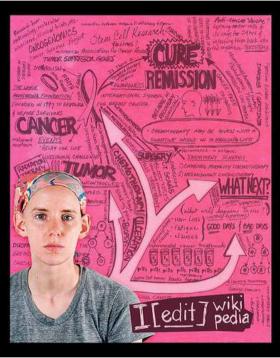
http://www.thestateofwikipedia.com/

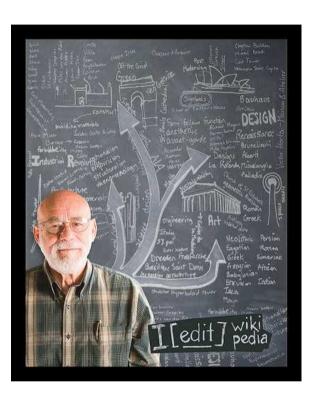


Sociologia dei Media Digitali Davide Bennato











➤ Come si diventa Wikipediani?

- Il principante
 - Scrive testi, editor di voci che conosce, uso della search box
 - Wikipedia percepita come raccolta di pagine web collaborative
- L'esperto
 - Scrive ampie sezioni, da' indicazioni ad altri editor, discutono degli inserimenti
 - Wikipedia percepita come progetto collettivo espressione di un set di valori
 - Maggiore consapevolezza nell'uso degli stessi tool
- Going Wikipedians
 - Consultazione, consultazione frequente, inserimento di piccole rettifiche nelle pagine in forma anonima, iscrizione sul sito (spesso su suggerimento), persorso di coinvolgimento nella community (principiante/esperto)
 - Ambigua la divisione del lavoro



WikiDashboard

http://wikidashboard.appspot.com/

WikiDashboard

Providing social transparency to Wikipedia



Search Wikipedia with WikiDashboard

Search English Wikipedia

Screenshots Feedback Research Blog About WikiDashboard

Now WikiDashboard is available for 11 languages!

English

The Free Encyclopedia
3 395 000+ articles

日本語 フリー百科事典 699 000+ 記事

Deutsch

Die freie Enzyklopädie 1 113 000+ Artikel

Français

L'encyclopédie libre 986 000+ articles

Italiano

L'enciclopedia libera 719 000+ voci Español

La enciclopedia libre 638 000+ artículos

Русский

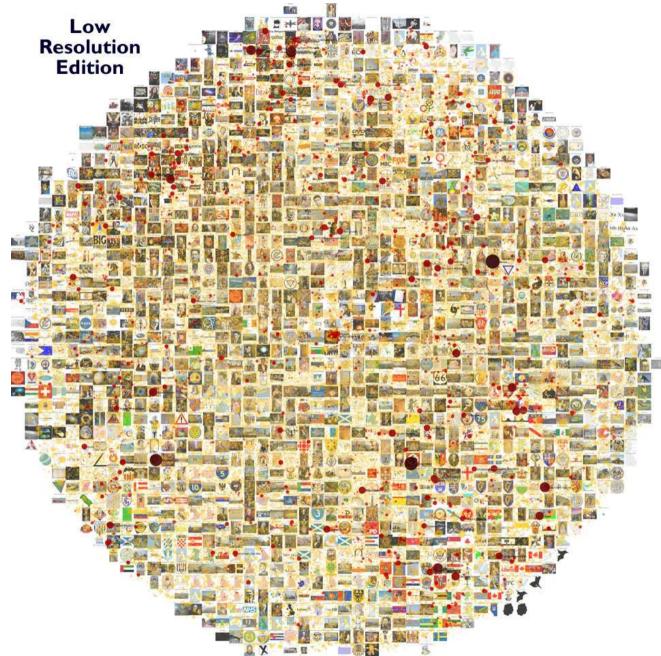
Свободная энциклопедия 579 000+ статей

Português

A enciclopédia livre 608 000+ artigos

eedback





An Emergent Mosaic of

Wikipedian Activity

Brace W. Herr and Todd M. Holloway Bruce W. Herr and Todd M. Huffus-ichool of Library and Information Scien Experiment of Computer Science Indiana University Bloomington, SN 47405, USA [Phort Johollow distallana.edu]

This energent mouse supplies a macro view of all of the English. Wikipedia (http://en.wikipedia.org) and reveals those areas that are currently bot', meaning, of late, they are being frequently revised.

*HOT AREAS
From Feb. 6, 2001 to April 6, 2007, articles were edited \$2,300,922 times
From Feb. 6, 2001 target needs are those articles that have been revised more
frequently thus those shown in a small, some nodes. We gave more
consideration to current and major revisions. The result is a map revealing
articles which have been fartisulty per rived lately.

- Leon
 Adulf Hide:
 Adulf Hide:
 October 2003
 Nintando revolution
 Nintando revolu 14. 2004 Indian Ocean Earthquake (). New York City
- 11. New York City 14. Germany 17. Muhammud 18. Pope Benedict XVI 18. Renald Reagan 26. Hiedainn

REFERENCES

[1] Denoyer, Lisdovic & Gallirant, Parrick (2006). The Wikipedia XML Corpus, DGIRT Firms.
[3] Denived Wikipedia network downskuded firem Imprivess x-neipostatrulla sit Vissandrill¹. Accessed on November 2006.
[3] Wikipedia and bensty data downshuded from the production of the prod

We would like to think the WikiMedia Foundation for freely making data during available for research, the many Wikipedians who have made Wikipedian who for the many with the standard of originating the Vastards sealors which impacted this north. Kevit Boyack for laying out the earlier retweek, Seame Samyle and Sabadakann Petsmanthy for their input to this project, and the Cyberchinaturius for Rossock Nicocc Convert at Dullan Universify for being one research.





http://gigapan.org/gigapans/4277



Le controversie dentro Wikipedia

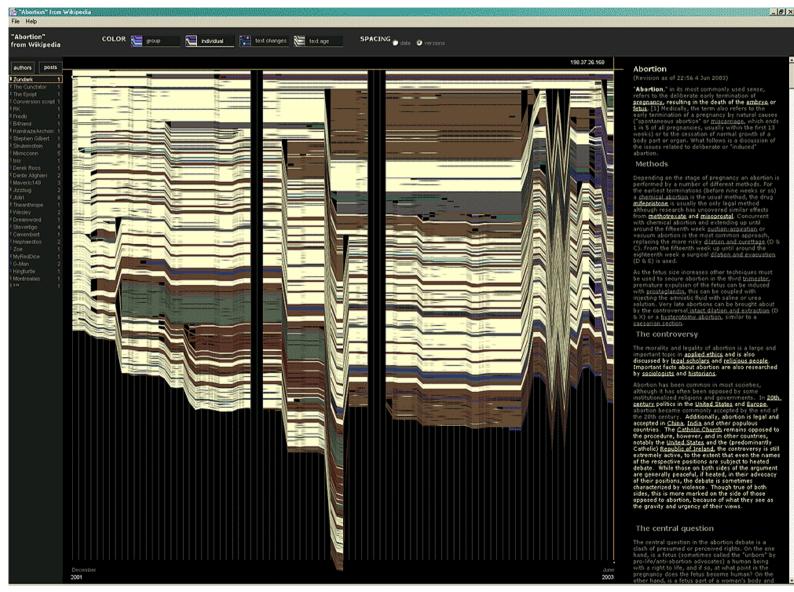
- Inclusionisti
 - Qualunque tipo di contributo che l'utente inserisce va bene
 - AIW: Associazione Wikipediani Inclusionisti
- Delezionisti (cancellazionisti)
 - Solo i contributi di un certo standard qualitativo possono far parte di Wikipedia
 - · Inserimento di procedure gerarchiche di accettazione dei contenuti
 - ADW: Associazione Wikipediani Delezionisti
 - La "scarsità artificiale" crea accentramento e controllo
 - La radicalizzazione della dittatura benevola tipica dell'Open Source



- ➤ Le dinamiche cooperazione/conflitto
 - La visualizzazione tramite il progetto History Flow (Viegas, Wattenberg, Dave 2004)
 - 1. Vandalismo/riparazione
 - Cancellazione indiscriminata
 - Inserimento di insulti/volgarità
 - Inserimento di testo non pertinente
 - Link che portano a termini maliziosi/offensivi
 - 2. Negoziazione: due gruppi che si accordano sulla voce secondo editing progressivi
 - Edit wars
 - 3. Autorialità: identità riconoscibili o anonime/nickname?
 - Il ruolo politico dell'identità dell'editor
 - 4. Stabilità del contenuto
 - Le pagine di Wikipedia costantemente editate
 - Vantaggio del primo arrivato
 - L'effetto piranha: da poco testo/bassa qualità a molto testo/alta qualità
 - Cancellazione/inserimento > spostamento
 - Il successo di Wikipedia: l'uso di watchlist, la discussione su argomenti meta, NPOV



History Flow http://www.research.ibm.com/visual/projects/history_flow/index.htm





La qualità delle voci di Wikipedia

- La ricerca di Nature 2005
 - Ricercatori professionisti in un esperimento a singolo cieco 22 articoli di Wikipedia,
 22 dell'Enciclopedia Britannica online, Peer review
 - Problemi comuni: errori concettuali (4), errori editing (maggiori in Wikipedia)
 - Tasso di attendibilità statisticamente identico
 - La polemica della Britannica
- La credibilità di Wikipedia
 - 70 studiosi divisi in due gruppi casuali: esperti (leggono voci di competenza) non esperti (leggono voci generiche)
 - Gli esperti giudicano Wikipedia più credibile dei non esperti
- Lo studio sugli articoli giudicati ottimi dai Wikipediani (featured articles/vetrina)
 - 22 articoli giudicati da esperti del settore: 12 buoni, 7 medi, 3 scadenti
- Lo studio comparato fra diverse enciclopedie collaborative
 - Wikipedia: voci omogenee, discussioni informali su metatemi, regole appartenenza
 - Everything 2: voci disomogenee
 - Enciclopedie collaborative: genere editoriale del web, struttura tecnica simile, struttura sociale molto diversa



An Open Letter to the Publisher of Nature



Ms. Annette Thomas Managing Director Nature Publishing Group Macmillan Limited London

RE: Demand for Retraction

Dear Ms. Thomas:

This letter is a public refutation of the article in *Nature's* December 15, 2005, issue entitled "Internet encyclopaedias go head to head." The article reported a study by *Nature's* editors which claimed that the science articles in the *Encyclopædia Britannica* are only slightly more accurate than those in *Wikipedia*. However, almost everything about the study, from the criteria for identifying inaccuracies to the discrepancy between the article text and its headline, was misleading and wrong. It was so poorly carried out and its find ings so error-laden that it was completely without validity. It was an affront to the principles of sound scholarship, and we urge *Nature* to issue a full and public retraction of the article.

Almost as troubling as the methodology of the study has been your refusal to provide Britannica with the original data on which it was based. Withholding primary data is contrary to the spirit of the scientific method and thwarts peer review.

Even without those data, however, *Britannica*'s editors, with the aid of some of our advisers and scholarly contributors, analyzed your findings on the basis of the modified reviewer reports posted on your Web site. We identified serious flaws in your procedures and conclusions and found that in dozens of cases *Britannica* content you claimed to be inaccurate was not inaccurate at all. To cite some of your errors:

- You reviewed text that was not even from the Encyclopædia
 Britannica. Several of the articles you sent to reviewers were not from the Britannica at all. In one case a reviewer criticized us for text that we simply cannot identify. We do know, however, that it was not ours.
- You accused Britannica of "omissions," on the basis of reviews of
 arbitrarily chosen excerpts of Britannica articles, not the articles
 themselves. In a number of cases only parts of the applicable Britannica
 articles were reviewed. One Nature reviewer was sent only the short introduction to an extensive Encyclopædia Britannica article; others were sent
 only sections taken from longer articles. Whether it was Britannica or
 Wikipedia text fragments being pieced together in this manner, it was an

absurd way to conduct the analysis. You cannot judge a reference work by a hodgepodge of its contents.

- You rearranged and re-edited Britannica articles. In some cases your
 reviewers were sent patchworks of text taken from two or more articles. The
 "article" on "aldol reaction" you gave your reviewer consisted of segments
 taken selectively from two different Encyclopædia Britannica articles and
 joined together with text your editors evidently wrote. This was dishonest,
 and it misrepresented Britannica's published coverage of the subject.
- You failed to distinguish minor inaccuracies from major errors. By counting up the alleged inaccuracies for both encyclopedias, you treated all mistakes equally and failed to observe that Wikipedia had many more shortcomings of a fundamental kind. Your reviewers told you that many of the Wikipedia articles were "poorly structured and confusing" a fact that made those articles difficult even to verify and thus not suitable for comparison with Britannica—yet the fact was buried deep in your article and its methodological implications ignored.
- Your headline contradicted the body of your article. Despite your having given equal weight to serious and minor inaccuracies, the study nevertheless found Wikipedia to have had many more of them than Britannica in the sample studied. Yet your headline, "Wikipedia comes close to Britannica in terms of the accuracy of its science entries," misrepresented this finding.

As you know, we wrote to you asking for the original data, calling your attention to several of these errors and offering to review our findings with you in detail. You declined.

Britannica has never claimed to be error-free. We have a reputation not for unattainable perfection but for strong scholarship, sound judgment, and disciplined editorial review. These practices are the foundation of any reliable reference work, and *Nature's* careless analysis demeaned them.

We now call on *Nature* to renew its long-standing commitment to good scholarship and send us the complete, unabridged reviewer reports on which the study was based. We urge you also to review Britannica's detailed analysis of your study at www.britannica.com. Our findings indicate that a complete retraction of the article is in order. *Nature* should make the retraction promptly, if not for Britannica's sake, then for the sake of *Nature*'s reputation and in the interest of good science.

Sincerely,

The Editors of the Encyclopædia Britannica

Encyclopædia Britannica, Inc. Board of Directors

Jacob E. Safra, Chairman Jorge Aguilar-Cauz Benjamin M. Friedman Leslie H. Gelb Murray Gell-Mann Constantine S. Yannias



- Quali sono gli argomenti maggiormente trattati in Wikipedia
 - Copertura tematica limitata rispetto alle enciclopedie tradizionali
 - Fan effect: musica e artisti
 - Scienze ben rappresentato, sovradimensionamento di voci geografiche
 - Lemmi: veloci (cultura popolare, scienze fisiche) e lenti (poesia, metrica)
 - Molto ben rappresentati: argomenti recenti , popolari
 - La presenza della scienza porta a citare riviste di settore (NEJM)
- ➤ Quali le voci maggiormente consultate
 - Strumento: Wikicharts
 - Argomenti: intrattenimento, politica, storia, geografia, sessualità, scienza, computer, arti, religione, eventi corrrenti (morti)
- > L'uso SEO di Wikipedia
 - Approccio software studies
 - Link farming e scopi pubblicitari



> Conclusioni

- Wiki: interessante strumento di produzione collaborativa di contenuti
- Qualità: infrastruttura, norme community
- Wikipedia: sofisticata organizzazione sociale, discussione nelle talk pages, NPOV



La critica di Civiltà Cattolica

· Le obiezioni cattoliche a Wikipedia

- Spadaro, Antonio; 2005, Wiki. Utopie e limiti di una forma di intelligenza collettiva, "La Civiltà Cattolica", vol.3, pp.130-138
- > Utopia illuminista di descrizione del mondo
- Rovesciamento dell'impianto etico-gnoseologico tradizionale
- ➤ L'intelligenza collettiva come traduzione del mito della torre di babele
- Rischi: inaffidabilità, mancanza di autorevolezza, relativismo

La nascita di Citizendium (18/09/2006)

- ➤ Larry Sanger e il fork di Wikipedia
- Il tentativo di arginare imprecisione, scorrettezza, vandalismo
- ➤ La necessità di un nuovo modello editoriale partecipativo

LA CIVILTA CATTOLICA

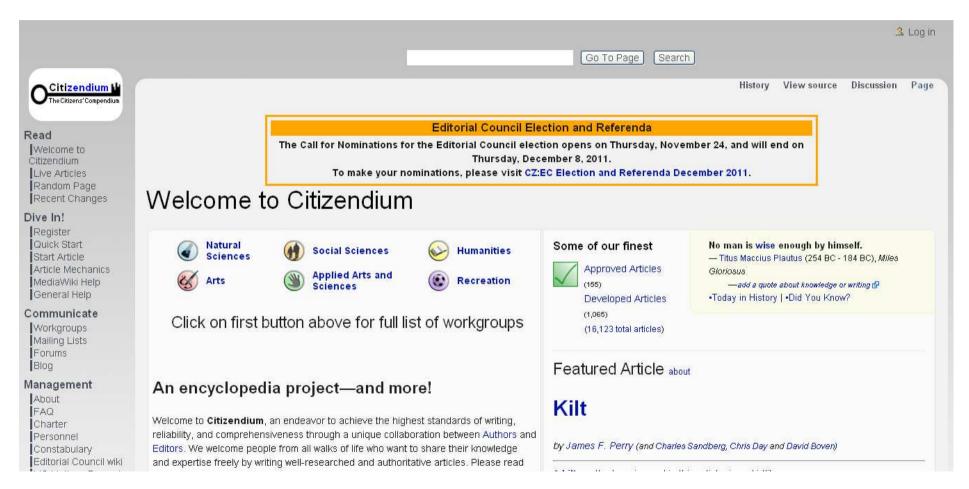
Aumenta il rischio di una guerra nucleare? La crescita demografica mondiale e la povertà
- Wiki: un'enciclopedia in rete - Lo «status»
delle Chiese nell'Unione Europea - Eucaristia
e sacerdozio - La febbre dello sport e il nichilismo - La Chiesa in Ruanda - Il Congresso
dell'UDC e l'Assemblea di Alleanza Nazionale Il V Forum Sociale Mondiale di Porto Alegre Film: «Il resto di niente» di Antonietta De Lillo

16 LUGLIO 2005 / QUINDICINALE / ANNO 156 3722



Citizendium

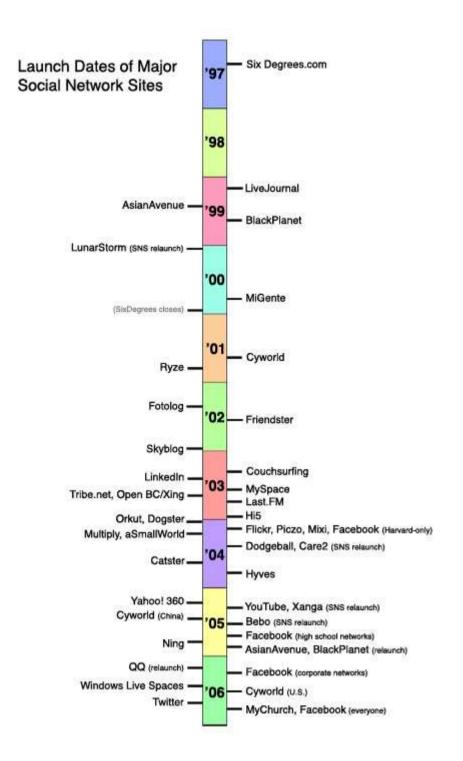
http://en.citizendium.org/





- Social network (sites): la componente relazionale
 - > Definizione operativa
 - Costruzione di un profilo pubblico o semi-pubblico in un sistema circoscritto;
 - Organizzazione una lista di utenti con cui instaurare un legame mediante una connessione
 - Vedere e sfogliare la lista delle proprie connessioni (definite in modi diversi) e di quelle altrui all'interno del sistema
 - > Storia dei social network
 - 1997 Six Degreees
 - 2002 Friendster
 - 2003 MySpace
 - 2004 Facebook
 - Uso delle piattaforme
 - Demografia: adolescenti e giovani adulti
 - Organizzazione: controllo genitoriale vs socializzazione separata
 - I gruppo secondo Ofcom: Alpha socializers, Attention seekers, Followers, Faithfuls, Functionals







Tecnoetica

Riflettendo su tecnologia, società, valori. Liberamente



Profili degli utenti

Alpha Socialisers: utenti che usano i SN in maniera intensa per flirtare, incontrare nuova gente e divertirsi (prevalentemente uomini, soto i 25 anni, rappresentano una minoranza) Attention Seekers: utenti che cercano attenzione e commenti dagli altri, spesso poistando foto e personlaizzando i profili (in prevalenza donne, adolescenti o mamme over 35) Followers: persone che entrano a far parte dei SN per mantenersi aggiornati sulle attività che i propri pari fanno online (uomini e donne, di tutte le età, la maggior parte degli utenti) Faithfuls: utenti che usano SN per riaccendere vecchie amicizie scolastiche o universitarie (Uomini e donne, dai 20 anni in su, gran parte degli utenti)

Functionals: utenti che tendono a usare questi siti in solitaria e solo per uno sopo particolare (per lo più uomini, dai 20 in poi, una minoranza)

Non users: questa categoria a sua volta si suddivide in tre tipologie

Preoccupati per la sicurezza: temono per la propria privacy (uomini e donne, anziani, spesso genitori)

Tecnicamente inesperti: non sanno usare internet e le sue applicazioni (uomini e donne, anziani, spesso genitori)

Intellettualmente ostili: considerano i SN come una perdita di tempo (uomini e donne, teenager un po' più grandi e giovani adulti)



- Dinamiche di utilizzo: profilo/amici/condivisione
 - Il profilo come identità digitale
 - La costruzione della rete sociale/grafo sociale
 - Sviluppo di meccanismi di partecipazione (sociale, politico, marketing)
- Specificità nell'uso sociale dei SNS
 - Culture che esprimono (MySpace e i gruppi indie rock)
 - Culture che li incorporano (Facebook e i college USA)
 - Dinamiche poco chiare (Orkut e la comunità brasiliana)
- ➤ Lo studio della dimensione simbolico/architetturale espressa dalle interfacce dei SNS
 - Papacharissi 2009 (strategia discorsiva): Facebook/casa di vetro, Linkedin/conformità alle norme, ASmallWorld
 - Bennato 2009, 2011(impostazione cognitivista): Facebook/caffè (socialità semi-pubblica),
 MySpace/cameretta (socialità semi-privata)



ATTUALITÀ / questioni d'età

(segue da pagina 97)

o per restare in contatto con i nipotini» sottolinea Giovanna Cosenza, professore di Semiotica all'università di Bologna nonché blogger e attivissima sulla Rete. «Perché è un ambiente in cui puoi fare tutto: segnalare un video che ti piace, un articolo di giornale che ti ha colpito, caricare le foto delle vacanze... Ed è così semplice che è riuscito a fare avvicinare a Internet gente che prima non c'era mai stata». Twitter, al contrario, richiede una certa competenza con smartphone e gadget vari, la conoscenza di un linguaggio non facilissimo, fatto di followers (seguaci), hashtag (il cancelletto che si mette per segnalare un certo argomento), followfriday (è l'usanza del venerdì secondo la quale si propongono ai propri followers nuovi utenti da seguire) e RT (le due lettere che si mettono per condividere con qualcuno un tweet interessante). Ma soprattutto Twitter fa sentire di appartenere a un gruppo, qualcuno con cui condividere argomenti e interessi, che è tipico dei teenager. Che sia l'amore per il tale film, il libro o la star. Da quando Fiorello ha urlato ai quattro venti il suo username (è @ sarofiorello) il network è impazzito. Lo showman ha quasi 250 mila "followers", fan e curiosi che seguono le sue "avventure": scambi di tweet con Jovanotti (@ lorenzojova) e Roberto Bolle (@RobertoBolle), video e foto del backstage de #ilpiùgrandespettacolodopoilweekend. Alessandra Amoroso, salita alla ribalta due anni fa con il talent show Amici di Maria De Filippi, conta 9.555 followers e li informa degli spostamenti per il tour promozionale del suo ultimo album. Il

rapper Fabri Fibra ne ha oltre 101 mila a cui dispensa consigli su altri che fanno hip hop. Giovani che seguono giovani. E, rispetto a Facebook, dove mantengono il loro profilo ufficiale, i cantanti sembrano più vicini, confidenziali... amici. Il cinguettio è ininterrotto e le cifre sono impressionanti: 3 messaggi al secondo, 200 al minuto, 12 mila l'ora. Su Facebook le mamme postano le foto della torta appena sfornata o del dentino caduto al bambino, «su Twitter si trovano discussioni e commenti sulle puntate di X Factor, su film come Scialla e la saga di Twilight» dice Vincenzo Cosenza, esperto di social media e blogger su Vincos.it. I messaggi sono

per questo superficiali. Chi vuole può cliccare sui link del professore che segnala una pagina Internet, seguire l'architetto o il guru delle nuove tecnologie. La differenza sta nell'ambiente: Facebook è la

spesso giocosi ma non

grande piazza dove ci si incontra, «Twitter è la cameretta dove non devono entrare né mamma né papà» spiega il sociologo Davide Bennato. «Qui difficilmente arrivano i genitori perché ancora non lo conoscono». Così mentre la mamma

Rela Live*

condivide con le amiche di Facebook l'ultima castroneria del primogenito adolescente, scatenando una interminabile sequela di "Like", il figlio digita 140 caratteri con lo smartphone discutendo dell'ultima apparizione in tv di Morgan. A ognuno il suo spazio e il suo mondo. Almeno sul web.





ISABELLA FAVA GIORNALISTA DI DONNA MODERNA. HA UN PROFILO SU FACEBOOK E UNO SU TWITTER (@ISABYT). SCRIVETELE A ATTUALITA@MONDADORI.IT

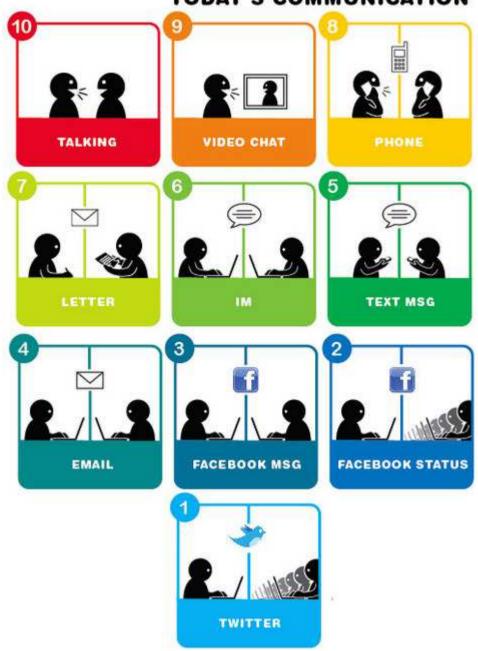


> SNS e adolescenti

- Passione per i SNS, sviluppo di strategie di gestione dell'identità (Patchin, Hinduja 2010)
- Analisi del contenuto di 2400 profili di adolescenti su MySpace (2006/2007)
- Ciclo di vita di un profilo che cresce con l'utente: cancellazione, abbandono, profili privati, contenuti inappropriati ridimensionati, informazioni personali ridotte
- I profili degli adolescenti "crescono" assieme a loro
- Le motivazioni alla partecipazione nei SNS
 - Facebook la piattaforma maggiormente studiata (Ellison et al., 2007)
 - Mantenere contatti con la propria rete sociale quotidiana
 - Social searching (ricerca di informazioni ulteriori su chi si consoce) > social browsing (costruzione di nuovi legami)
- ➤ Stare in contatto: le due componenti in Facebook
 - Sorveglianza sociale: trasformazione nel tempo delle relazioni amicali
 - Ricerca sociale: mantenere/ristabilire con le connessioni offline
- ➤ Differenze fra Facebook e IM secondo l'approccio usi e gratificazioni (Quan Haase e Young, 2010)
 - Perché usare Facebook: suggerimento, popolarità fra pari, mantenimento contatti
 - Facebook e gratificazioni: passatempo, affetto, moda, condivisione problemi, sociabilità, informazione sociale
 - Facebook e IM: stesse gratificazioni, ma Facebook ha un'attitudine broadcast



10 LEVELS OF INTIMACY IN TODAY'S COMMUNICATION



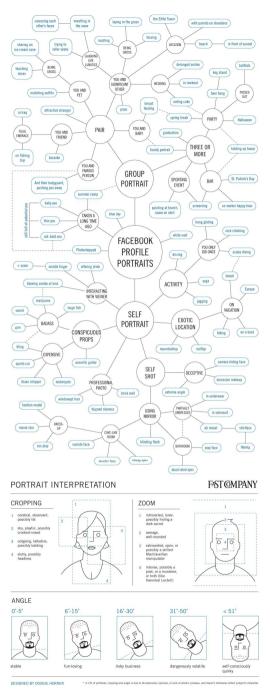
Davide pelluaro



I risultati della ricerca accademica 1: la relazionalità

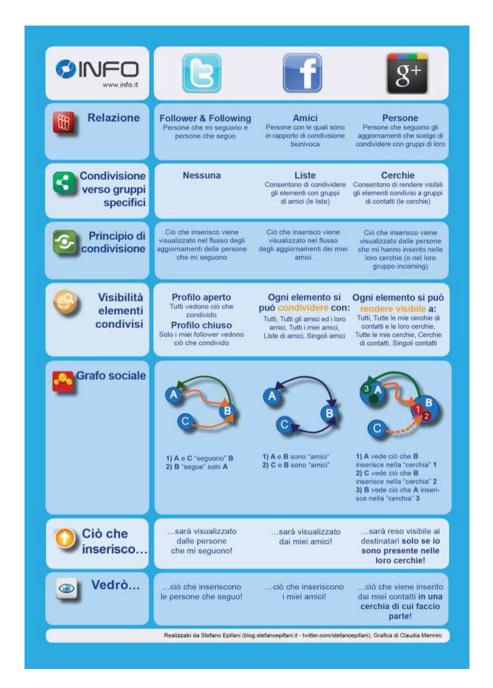
- ➤ Tema classico della CMC, diverse le strategie per la gestione delle relazioni amicali
- Le problematiche sollevate dalla parola "amico"
 - Le diverse tipologie di amico: familiari, vicini di casa, colleghi attuali, colleghi precedenti, compagni di scuola, conoscenti di altre persone
 - Il problema dell'appiattimento sul termine "amico"
- Strategie di relazione amicale su Facebook
 - Attiva: Coinvolgimento diretto con gli amici
 - Passiva: il social browsing/stalking
 - Poco impatto sulla gestione delle amicizie, canale aggiuntivo per i propri contatti
 - La complessa gestione delle amicizie: strategie di accesso alle informazioni
 - Strumento socialmente necessario
- Conseguenze sull'identità
 - Evitare il tecno-panico
 - Adolescenti: il profilo descrive la propria identità
 - Padronanza delle sfumatura sociali tra persone più piccole/più grandi di un anno
 - I SNS incorniciano (NON determinano) l'identità degli adolescenti
 - Complessi modelli decisionali di progettazione di un profilo





Sociologia dei Media Digitali Davide Bennato











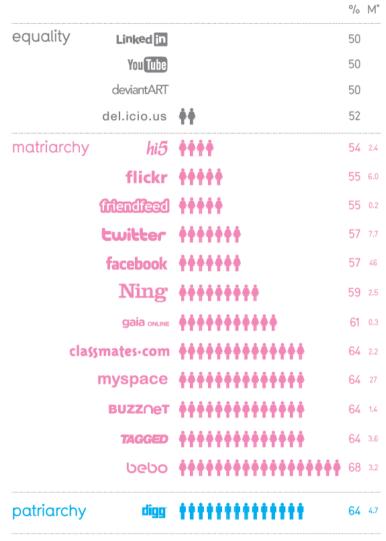
I risultati della ricerca accademica 2: il capitale sociale

- > Definizione *naive*: la rete dei contatti sociali disponibili per un individuo
- ➤ I SNS aumentano il capitale sociale: gestione/semplificazione
- MySpace e legami sociali in ambienti rurali (Gilbert, Karahalios, Sandvig 2010)
 - Strategie di relazioni sostanzialmente diverse dai centri urbani
 - Più giovani, meno amici in media, uso più intensivo, più donne,
 - Donne impostano i profili come privati con maggiore frequenza delle donne urbane
 - Ricerca di amici nei pressi del proprio domicilio
 - Modelli di comportamento pre-esistente confermati nonostante la tecnologia
- ➤ Il capitale sociale predittore dell'uso dei SNS
 - Utenti di comunità online partecipano di più nei gruppi, più propensi a dare fiducia
 - Le comunità online non aumentano/diminuiscono il capitale sociale, lo integrano
- ➤ Lo studio comparato fra sei diversi SNS (Hargittai, 2007)
 - Bebo, Facebook, Friendster, MySpace, Orkut, Xanga
 - Le donne usano di più gli SNS
 - Il ruolo della famiglia: genitori e titolo di studio, Facebook vs MySpace
 - Studenti che vivono da soli, ore passate sul web
 - Ipotesi della divisione di classe: MySpace subalterni, Facebook egemoni



Chicks Rule!

Gender balance on social networking sites



^{*} M = million more monthly female or male visitors

David McCandless // vl.1 // Oct 09

InformationIsBeautiful.net

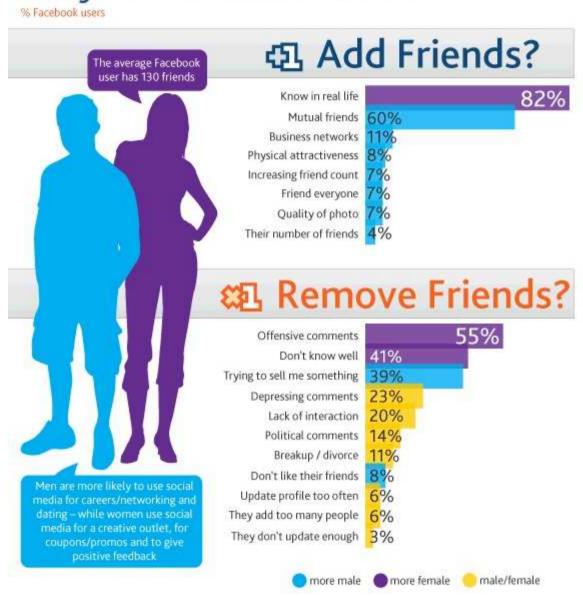
US gender figures, Worldwide traffic fiigures source: BrianSolis.com, Google Ad Planner







Why do Facebook users...





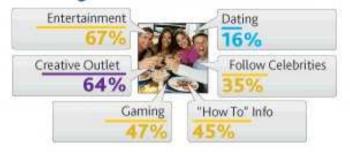
What is social media used for?

% social media users ever doing activity

Family/Friends



Lifestyle/Entertainment



Products/Services



Career/Networking



Source: NM Incite

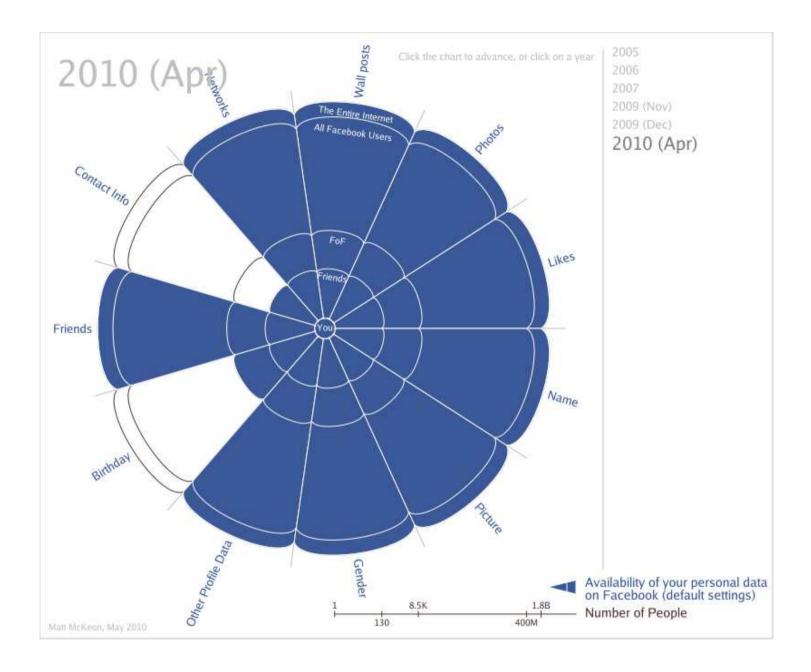




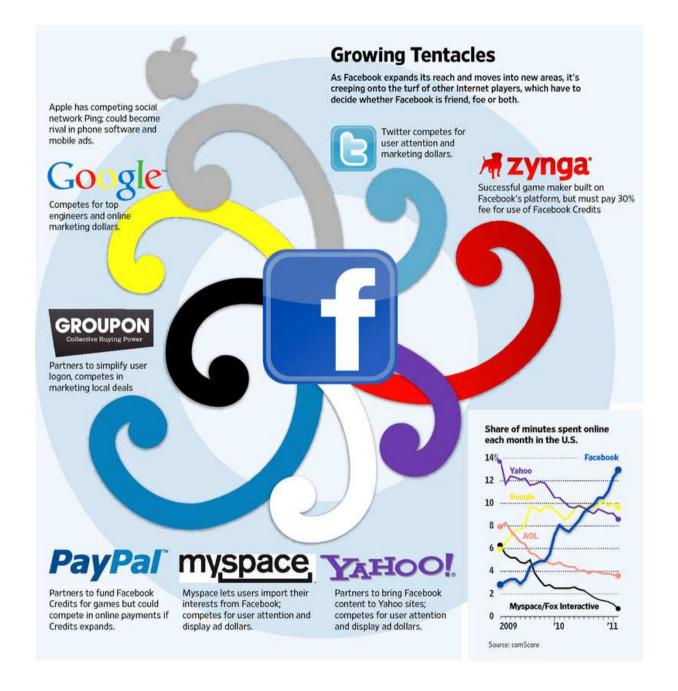
I risultati della ricerca accademica 3: la privacy

- L'incrinatura della dimensione privata della vita quotidiana
 - Il "dossieraggio digitale"
 - Minacce alla privacy: mancanza di percezione dell'audience del SNS, persistenza delle informazioni e accessibilità, intersezione di spazi fisici/digitali
 - Minacce alle informazioni considerate riservate
- Il paradosso della privacy
 - Adolescenti: rivelare su di sé, ma nascondere e controllare ciò che rivelano
 - La piattaforma: MySpace costruisce relazioni, Facebook gestisce i contatti
 - L'elaborazione di complessi modelli decisionali per impostare il profilo
- > Presentazione del sé e privacy
 - Facebook identificazione, MySpace *nicknaming*
 - Impostazione del profilo rispetto a scelte sulla propria reperibilità
 - Disponibilità a inserire informazioni sui propri gusti sessuali
 - Taste fabric: il grafo dei propri consumi culturali
 - Consapevolezza della persistenza delle informazioni
 - SNS: complesso sistema di norme culturali per la gestione del profilo
- > Piattaforma e gestione della privacy
 - La controversia sui newsfeed











Conclusioni

- > SNS: spazi per gestire la propria rete relazionale e sociale
- Adolescenti: aumentare il contatto col proprio gruppo dei pari, sperimentare aspetti della propria identità
- > Successo dei SNS: guardare in maniera sincronica alla propria rete di contatti
- Profilo e privacy: attività complessa e sofisticata, riflessioni non banali sulla presentazione del sè