

Storytelling

Emmanuele Virginio Coppola, Muriel Rossi, Alessandro Marigliano

July 11, 2022

1 Introduzione

La pubblicità invasiva si rivela essere sempre maggiormente un problema asfissiante all'interno del mondo dei socialnetwork. Nonostante siano state sviluppate diverse tecniche allo scopo di domare questa piaga, alcune inserzioni riescono tuttavia a sfuggirne, intasando interfacce dedicate all'informazione ed all'intrattenimento, che subiscono così una svalutazione, venendo "soffocate".

Legge di Reed: il valore di una rete sociale è direttamente proporzionale ad una funzione esponenziale in N:

$$V = a * N + b * N^2 + c * 2^n \quad (1)$$

La legge sopra citata, descrive come il valore di una rete, formata da interazioni ed intrecci, cresca esponenzialmente con la dimensione di quest'ultima. (1). In particolare, nel caso di Internet, si osserva come il suo valore tenda a crescere in modo esponenziale se associato a gruppi con interessi comuni, che condividono idee, interessi ed obiettivi. Da questo se ne deduce come invece, avvisi pubblicitari, spam ed altra "informazione spazzatura", possano far decadere il valore di una rete.

Questo progetto si prefigge lo scopo di mantenere una piattaforma libera dal bombardamento pubblicitario e dare modo all'utenza di potersi esprimere liberamente all'interno di questa, libera dall'ansia e dalla continua distrazione provocata dal chiasso delle inserzioni.

2 Descrizione dell'agente

Allo scopo di realizzare questo progetto, è stato introdotto un agente intelligente che, operando nel contesto dei commenti relativi ad ogni pubblicazione effettuata sulla piattaforma, sarà in grado di segnalare gli elementi con sospetto di promotion.

2.1 Obiettivi

L'obiettivo dell'agente sarà quello di analizzare

2.2 Specifica PEAS

ftghuigboerg

2.3 Obiettivi

3 Raccolta, analisi e preprocessing dei dati

3.1 Scelta del dataset

3.2 Pulizia del dataset

3.3 Bilanciamento del dataset