

- 1. Quali sono le caratteristiche chiave dei social media che li differenziano da altri mezzi di comunicazione (es. TV, Radio, ecc)? Indicare almeno 2 caratteristiche con una breve spiegazione**

I social media si distinguono dai comuni mezzi di comunicazione, come TV, Radio e Giornali, in quanto consentono ad ogni utente di poter essere lui stesso produttore e consumatore di informazioni, ciò avviene perché l'idea di fondo dei social è quella secondo la quale la condivisione delle informazioni deve essere alla portata di tutti. Un punto forte dei social media è che le informazioni che si possono trovare su questi sono decentralizzate e non direttamente controllate da un singolo privato, cosa che contrariamente avviene per i mezzi di comunicazione industriali.

- 2. Visita i social media Facebook, Flickr, Yelp, Youtube, Foodspotting, Pinterest, e identifica i tipi di attività che si possono eseguire su ciascuno di essi**

Facebook è uno dei social più complessi dal punto di vista dei media, a causa dell'eterogeneità delle informazioni che vi si possono trovare. Le attività che possono essere condotte su Facebook sono delle più varie, dalla gestione della propria vita sociale tramite le reti di amicizie e interessi personali alla gestione di un business che vede in Facebook la possibilità di farsi conoscere e apprezzare da un bacino di utenza molto ampio. Social come Flickr o Pinterest puntano molto sulla condivisione di fotografie ed immagini con lo scopo di poter rimanere aggiornati su determinati argomenti o temi di particolare interesse. Youtube invece concentra la sua attività nell'ambito dei video cercando di creare uno spazio per gli utenti dove questi possano mettere in condivisione dei filmati che passano trattare le tematiche più disparate.

- 3. Quali opportunità di business offrono i social media? Delineare un esempio di opportunità considerando uno dei seguenti social media Flickr, Youtube, Yelp, Foodspotting, Facebook? Quali sono gli 'ingredienti' tecnologici necessari per la realizzazione?**

Oltre un miliardo di persone usa Facebook per connettersi con gli amici, i parenti e i contenuti importanti per loro. Il marketing su Facebook aiuta le aziende a creare relazioni durature con le persone e a trovare nuovi clienti. Una Pagina Facebook offre ad un'azienda, piccola o grande che sia, la possibilità di connettersi facilmente con le persone e pubblicare campagne che possono raggiungere un pubblico elevato, ma al tempo stesso selezionato, attraverso la targettizzazione dell'utente, mediante filtri appositi quali ad esempio l'età il sesso o gli interessi personali. Questo nuovo modo di fare business riesce a garantire alle aziende una migliore visibilità del loro prodotto.

4. In che modo i social media influenzano i comportamenti reali delle persone? Identificare un comportamento che è dovuto all'utilizzo di Facebook, Foodspotting, Pinterest

I social media stanno rivoluzionando completamente il modo di vivere delle persone e stanno cambiando il modo con cui le persone vengono a contatto con delle informazioni. L'utilizzo dei social media ha portato inoltre ad una maggiore condivisione di informazioni personali, e alle volte anche private, tra le persone. Prendendo in analisi come social media Facebook, l'impatto è forte, in particolare nel ruolo che questo attribuisce a gruppi di persone, di piccola entità sociale e al loro modo di condividere pensieri ed emozioni. Nel social non c'è una comunicazione del tipo "faccia a faccia" ma uno stile invece "da molti a molti". Gli amici possono seguire i vostri interessi, i vostri pensieri, le vostre emozioni. Questa nuova possibilità non è da considerare come un qualcosa di lontano o astruso da una relazione stretta, ma anzi aggiunge una nuova dimensione alla comunicazione sociale. Si può creare così una rete di amicizie ancora più strette o un modo di conoscere una persona e cosa le piaccia ancor prima di incontrarla. Un cambiamento sostanziale, che si è notato nelle generazioni che utilizzano i social, è quello che questi tendono a prediligere un tipo di comunicazione scritta e di breve lunghezza piuttosto che una lunga chiamata e una conversazione in tempo reale.

5. Assistive Technology for Society: Come i social media possono aiutare le organizzazioni (governative e non) a svolgere meglio le proprie

mansioni nei compiti che svolgono, come ad esempio l'assistenza umanitaria in caso di catastrofe, assistenza agli anziani, lotta contro la fame nel mondo, l'obesità? (vedi per esempio FoodShareFilter per Instagram, il social network PatientsLikeMe...)

L'utilizzo dei social media per scopi promozionali non è ad uso esclusivo delle aziende o di alcuni brand. I social offrono delle grandi possibilità anche a tutte quelle associazioni o organizzazioni che svolgono un'attività per il sociale. Nel social PatientsLikeMe vari utenti hanno a disposizione uno spazio di discussione comune nel quale possono condividere la loro esperienza riguardo una determinata malattia che stanno vivendo o che sono riusciti a superare. Il poter condividere un simile fardello fa sì che questa gente affetta da malattie non si senta sola ma anzi abbia effettivamente un ambiente in cui possano parlare di ciò che gli sta accadendo con chi veramente riesce a capirli. Un altro esempio di Assistive Technology è il food share filter, ovvero un'applicazione a pagamento collegata ad Instagram che attraverso la condivisione di foto raffiguranti cibo contribuisca effettivamente alla condivisione di cibo con quei paesi più poveri. È facile notare che il vantaggio di una campagna promozionale nei social risiede proprio nella viralità che questa può assumere e quindi produrre una maggiore sensibilizzazione nelle persone.

6. Individuare almeno tre principali effetti collaterali relativi alla condivisione delle informazioni nei social media

La condivisione di informazioni personali sui social è oggetto di molti studi recenti. Vivendo in un'era che tende sempre di più verso la digitalizzazione il poter avere accesso a una vasta quantità di informazioni alle volte anche confidenziali di una determinata persona può comportare un rischio non indifferente. Uno dei rischi più comuni nei quali si può incorrere a seguito della condivisione delle proprie informazioni personali è il furto d'identità, in quanto su Facebook ogni utente ha un profilo aggiornato con tutti i dati fondamentali che possono servire ad un malintenzionato per poter creare un eventuale documento falso. Un altro effetto collaterale può essere causato dalla scarsa abilità dell'utente nel gestire ciò che condivide, questo può

essere particolarmente dannoso in ambito aziendale, in quanto potrebbe risultare o fuga di informazioni confidenziali o consentire a malintenzionati, attraverso l'ingegneria sociale, di compromettere account. Infine un effetto collaterale particolarmente grave è dato