



SOCIAL NETWORKING: TECHNOLOGIES AND APPLICATIONS

Laurea Specialistica in Ingegneria del Cinema e dei Mezzi di Comunicazione

docente: Gabriella Taddeo

mail: gabriella.taddeo@polito.it

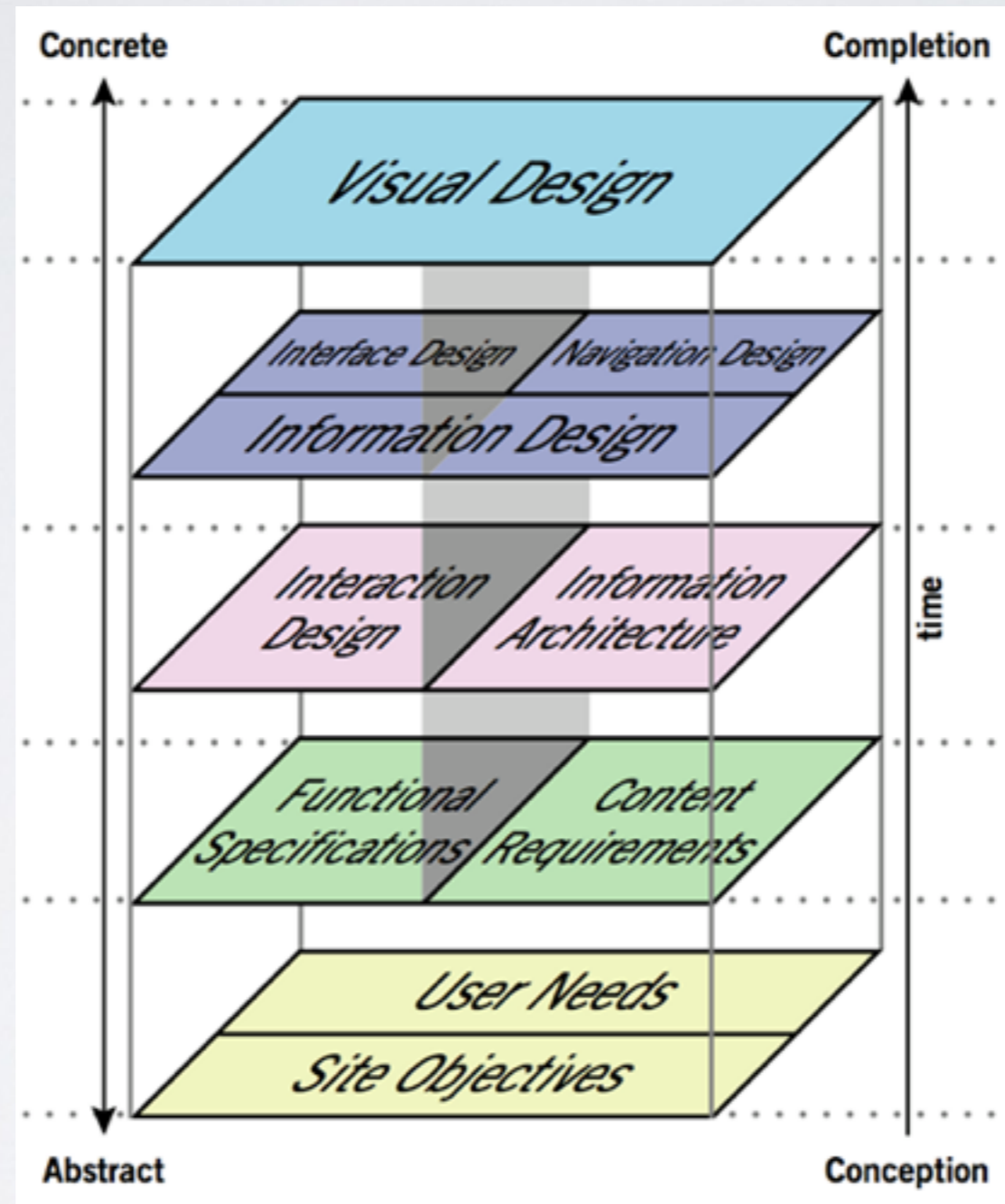


SOCIAL NETWORK

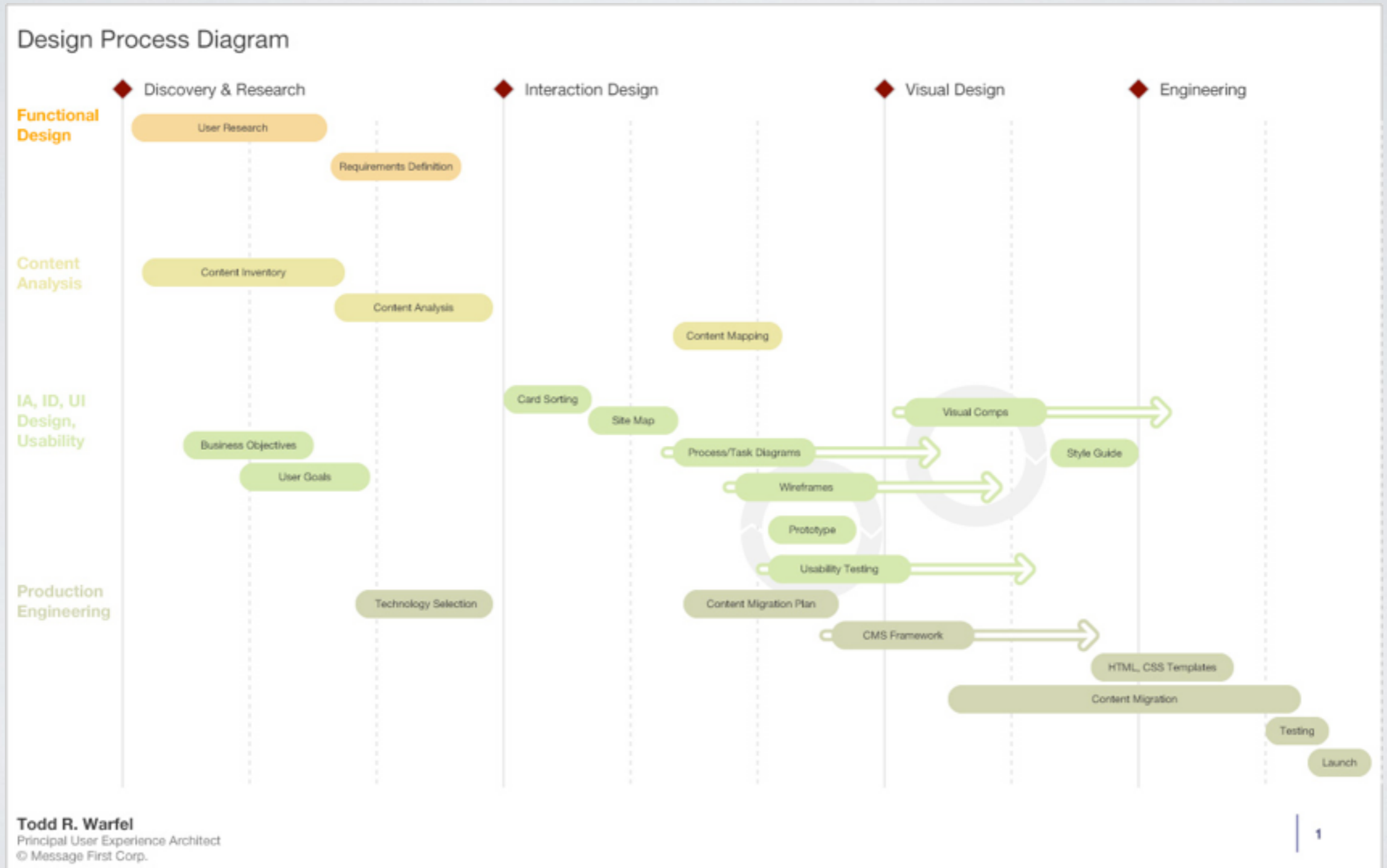
Lezione 5: Concept e Information architecture



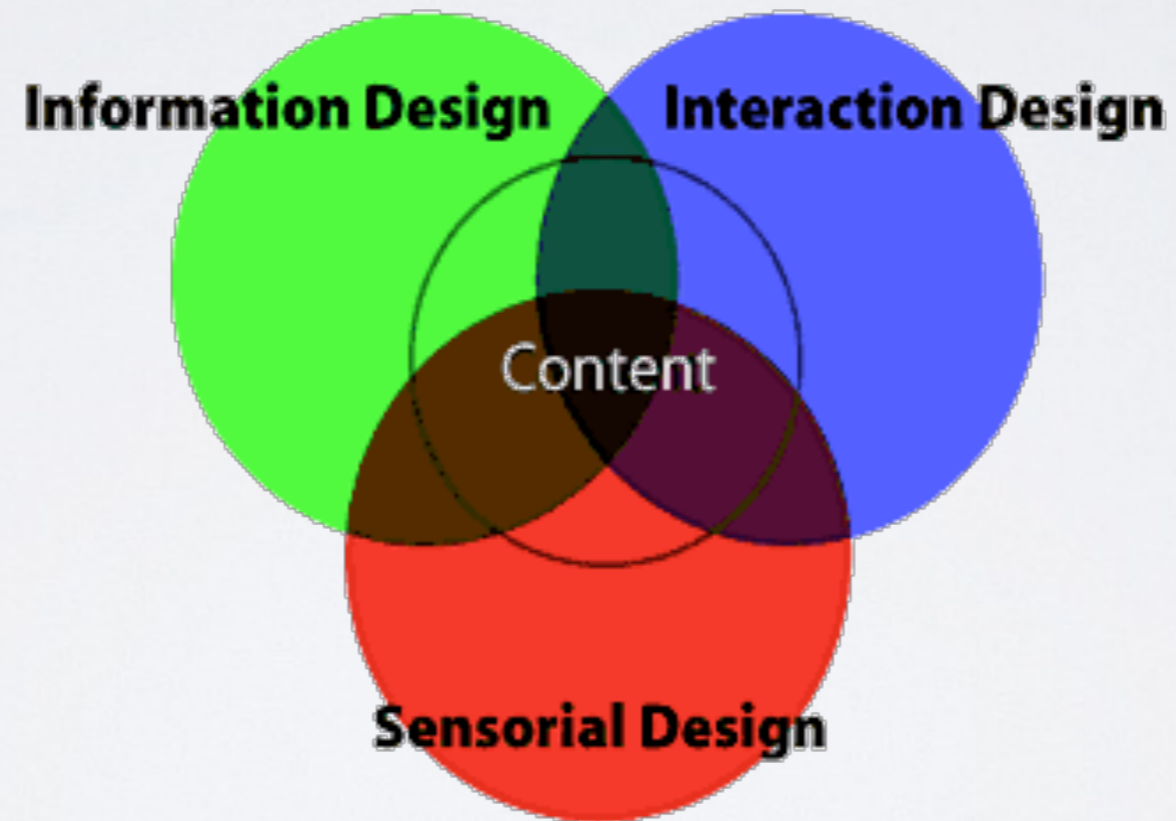
IL PROCESSO DI DESIGN



IL PROCESSO DEL DESIGN



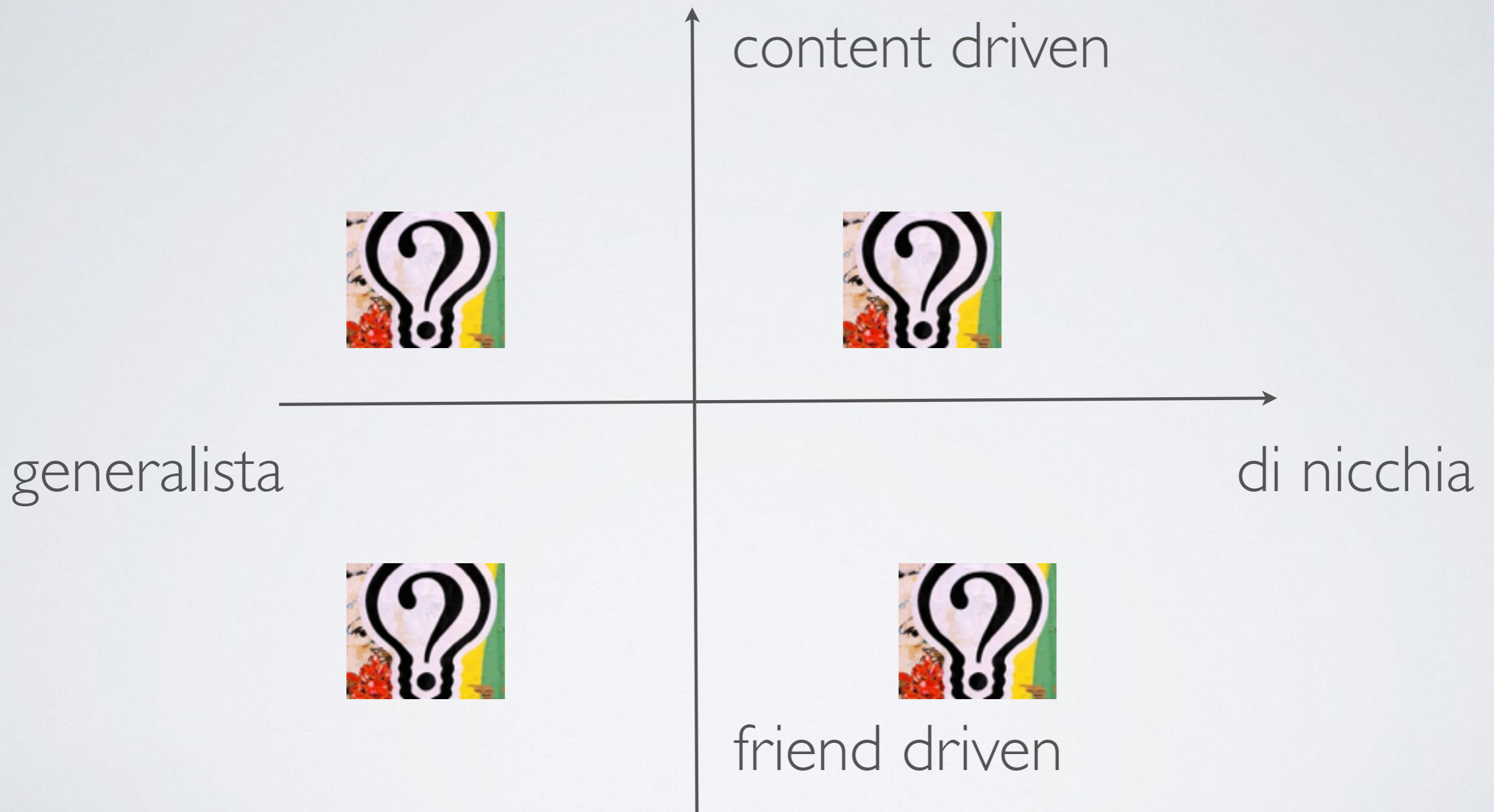
OBIETTIVI: EQUILIBRIO STRATEGICO



OBIETTIVI: FARE QUALCOSA NON SOLO DI USABILE, MA ANCHE DI UTILE



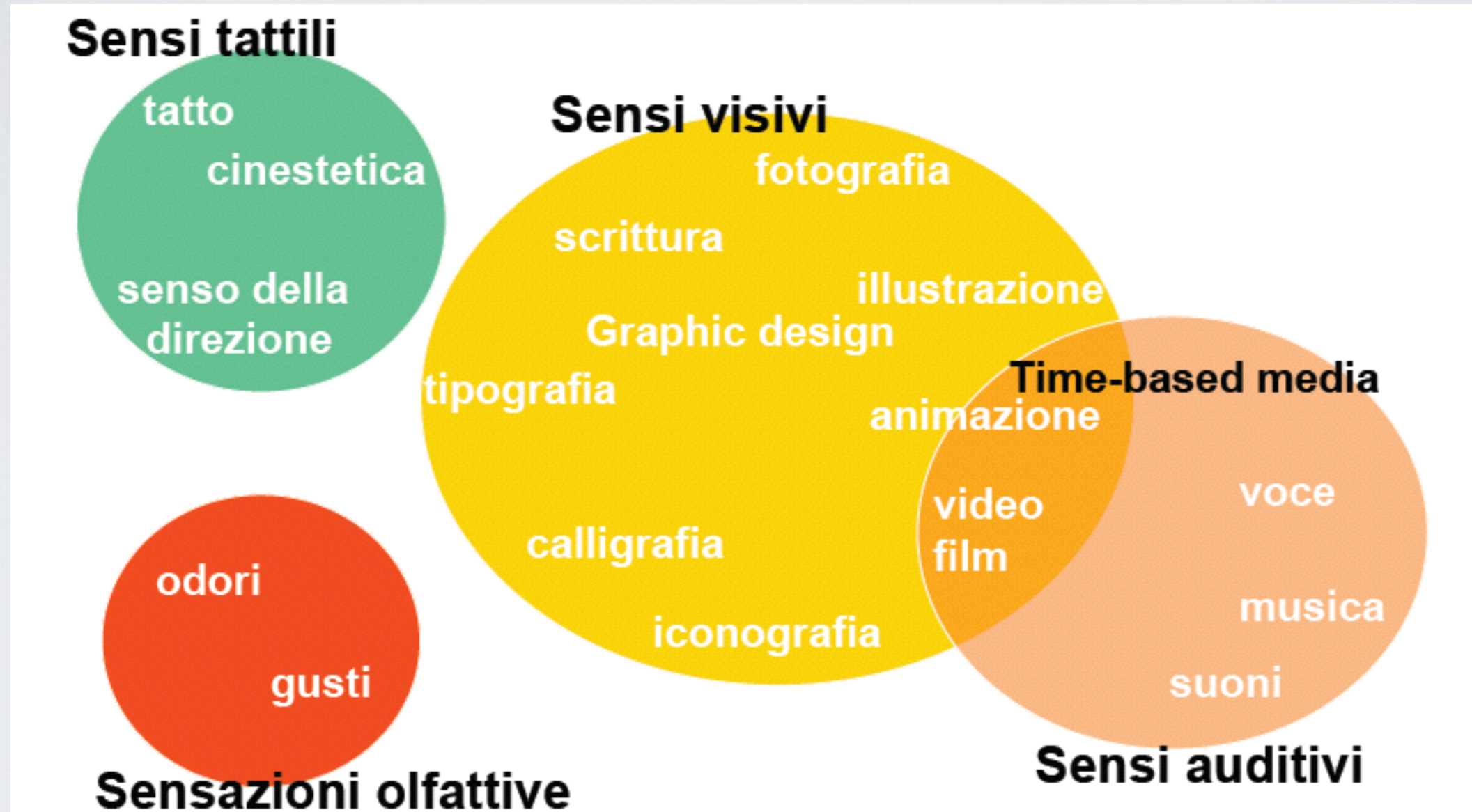
OBIETTIVO: FARE QUALCOSA DI DIVERSO DAI COMPETITOR



OBIETTIVI: DALLA USABILITÀ ALLA USER EXPERIENCE



SENSORIAL DESIGN



INFORMATION DESIGN

L'**Information Design** ha come oggetto l'organizzazione e la presentazione dei dati, la loro trasformazione in informazione utile e significativa.

Creare informazione è qualcosa che, a vari livelli, facciamo tutti; solo recentemente però si è giunti all'identificazione di una disciplina caratterizzata da processi ben definiti, che possono essere adottati o insegnati.

INFORMATION DESIGN

A PERIODIC TABLE OF VISUALIZATION METHODS

<p>>☀< C continuum</p>		<p>☀ Data Visualization Visual representations of quantitative data in schematic form (either with or without axes)</p>		<p>☀ Strategy Visualization The systematic use of complementary visual representations in the analysis, development, formulation, communication, and implementation of strategies in organizations.</p>		<p>☀ G graphic facilitation</p>	
<p>>☀< Tb table</p>		<p>>☀< Ga cartesian coordinates</p>		<p>☀ Information Visualization The use of interactive visual representations of data to amplify cognition. This means that the data is transformed into an image, it is mapped to screen space. The image can be changed by users as they proceed working with it.</p>		<p>☀ Metaphor Visualization Visual Metaphors position information graphically to organize and structure information. They also convey an insight about the represented information through the key characteristics of the metaphor that is employed.</p>	
<p>>☀< Pi pie chart</p>		<p>>☀< L line chart</p>		<p>☀ Concept Visualization Methods to elaborate (mostly) qualitative concepts, ideas, plans, and analyses.</p>		<p>☀ Compound Visualization The complementary use of different graphic representation formats in one single schema or frame.</p>	
<p>>☀< B bar chart</p>		<p>>☀< Ac area chart</p>		<p>>☀< R radar chart cobweb</p>		<p>>☀< Pa parallel coordinates</p>	
<p>>☀< Hi histogram</p>		<p>>☀< Sc scatterplot</p>		<p>>☀< Sa sawkey diagram</p>		<p>>☀< In information lens</p>	
<p>>☀< Tk tukey box plot</p>		<p>>☀< Sp spectrogram</p>		<p>>☀< Da data map</p>		<p>>☀< Tp treemap</p>	
<p>>☀< Hy hyperbolic tree</p>		<p>>☀< Cy cycle diagram</p>		<p>>☀< T timeline</p>		<p>>☀< Ve venn diagram</p>	
<p>>☀< Mi mindmap</p>		<p>>☀< Sq square all oppositions</p>		<p>>☀< Cc concentric circles</p>		<p>>☀< Ar argument slide</p>	
<p>>☀< Sw swim lane diagram</p>		<p>>☀< Gc gantt chart</p>		<p><☀> Pm perspectives diagram</p>		<p><☀> D dilemma diagram</p>	
<p>>☀< Pr parameter ruler</p>		<p><☀> Kn knowledge map</p>		<p>>☀< Hi histogram</p>		<p>>☀< Sc scatterplot</p>	
<p>>☀< Le layer chart</p>		<p>>☀< Py pyramid technique</p>		<p>>☀< Ce cause-effect chains</p>		<p>>☀< Tl toulmin map</p>	
<p>>☀< Dt decision tree</p>		<p>>☀< Cp cpm critical path method</p>		<p><☀> Cf concept fan</p>		<p><☀> Co concept map</p>	
<p>>☀< Ic iceberg</p>		<p>>☀< Lm learning map</p>		<p>>☀< Hi histogram</p>		<p>>☀< Sc scatterplot</p>	
<p>>☀< So soft system modeling</p>		<p>>☀< Sn synergy map</p>		<p><☀> Fo force field diagram</p>		<p>>☀< Ib ibis argumentation map</p>	
<p>>☀< Pr process event chains</p>		<p>>☀< Pe pert chart</p>		<p><☀> Ev evocative knowledge map</p>		<p>>☀< V vee diagram</p>	
<p>>☀< Hh heaven 'x' bell chart</p>		<p>>☀< I informal</p>		<p>>☀< Tk tukey box plot</p>		<p>>☀< Sp spectrogram</p>	

http://www.visual-literacy.org/periodic_table/periodic_table.html

INTERACTION DESIGN

L' **Interaction Design** nella sua essenza è creare e raccontare storie, è insieme un'antica arte e una nuova tecnologia.

Storie ed esperienze sono state sempre create e narrate attraverso i mezzi di comunicazione, ma i nuovi media offrono opportunità fino ad oggi inesplorate nella storia dell'interazione e della rappresentazione. In particolare - fatta eccezione per i narratori più esperti - tutto ciò che riguarda l'interattività è stato sovente mal interpretato.

Come le tecnologie interattive possano supportare questo tipo di processi e quali siano in questo senso le reali necessità dell'utenza rimangono aspetti tutti da indagare.

SENSORIAL DESIGN

Il **Sensorial Design** tratta delle tecniche che utilizziamo per comunicare con gli altri attraverso i nostri sensi. Dopo la scrittura, le tecniche di progettazione visuale caratteristiche della grafica, del cinema, dell'illustrazione e della fotografia sono le più note; le discipline che comunicano attraverso altri sensi non sono tuttavia meno importanti.

La progettazione e l'ingegneria del suono, la musica e il canto possono risultare molto efficaci in circostanze appropriate. A volte si rivelano di fatto essere l'unico modo possibile per comunicare un determinato messaggio. Il senso tattile, quello olfattivo e quello cinestetico sono impiegati più raramente (spesso a causa di vincoli tecnologici o di mercato), ma sono ugualmente validi e possono contribuire all'arricchimento dell'esperienza.

IL TARGET: USER CENTERED

contenuti

cooperazione

community



interfaccia

interattività

ricerca

l'utente al centro

TECNICHE DI ANALISI DEL TARGET

Tecniche di analisi:

- ▶ interviste,
- ▶ focus group,
- ▶ osservazione etnografica
- ▶ personae e scenari

CREAZIONE DI PERSONAE

La creazione di **personae**, (dal latino maschere), è una tecnica di derivazione teatrale.

I designer creano un loro personaggio, possibile utente, e gli danno vita attraverso la descrizione dettagliata (circa 1 cartella) del suo profilo socio-anagrafico, carattere, delle abitudini e stile di vita

Ruben:

- ▶ Argentino, vive in Italia da un anno
- ▶ Lavora presso una cooperativa di servizi culturali
- ▶ Vuole conoscere a fondo il paese, per “mettersi al passo” con i colleghi
- ▶ Utilizza molto tutti i tipi di tecnologie



Teresa:

- ▶ Insegnante di scuola elementare, referente scolastica per progetti con musei
- ▶ Molto motivata a livello individuale, ha difficoltà a coinvolgere i colleghi
- ▶ Non usa molto le nuove tecnologie. A casa non ha



Sergio:

- ▶ Da pochi giorni è diventato papà
- ▶ Lavora come magazziniere in un supermercato
- ▶ Turista della domenica, ama girare alla scoperta di luoghi nuovi e delle tradizioni
- ▶ E' un fanatico del cellulare



UTILITÀ DELLE PERSONAE

- ▶ Possibilità di fuoriuscire dal proprio habitus mentale
- ▶ Utilizzo della dimensione-capacità narrativa per descrivere e prevedere situazioni ed esperienze
- ▶ Economicità rispetto a metodi di analisi che usano utenti reali

CRITICITÀ DELLE PERSONAE

- ▶ Rischio di chiudersi in una dimensione **fiction** molto distante dagli utenti reali
- ▶ Difficoltà nella standardizzazione dei risultati

SCENARI

Uno scenario è la descrizione dell'interazione di un soggetto con un sistema.

Esso, al di là dei requisiti tecnici o economici, serve a rappresentare le reali esigenze e situazioni degli utenti

L'analisi di scenario dovrebbe:

- permettere di identificare le differenze tra lo stato socio-tecnico attuale e quello susseguente l'innovazione tecnologica.
- mettere in risalto le innovazioni più rilevanti dal punto di vista dell'utente ed evidenziarne le implicazioni sulle abitudini di lavoro ed i comportamenti della vita individuale e di gruppo.
- fornire evidenza sulle ragioni dell'accettazione da parte dell'utente in riferimento alle innovazioni che la visione offerta dallo scenario propone di introdurre.

UNA DONNA DOPPIO-RUOLO: ANALISI BISOGNI

Cristina è da poco mamma e continua a mantenere alcune collaborazioni con una società di mediazione culturale, per la quale svolge ricerche sociali

Tutti i giorni ha bisogno di avere un quadro aggiornato delle interviste svolte sul territorio, localizzare le aree (quartieri ecc) ancora scoperte e programmare in base a questo nuove interviste.

Necessita di un sistema semplice e integrato per combinare dati territoriali con quelli degli intervistati e per ottimizzare le interviste anche in base alle prossimità di zona.

Tuttavia, sistemi di database in questo momento le risultano troppo difficili da apprendere e implementare...



AL LAVORO

- A partire dal target di interesse scelto da ciascun gruppo, elaborare:
- **UNA persona** che rappresenta il target tipo (descrivere la persona nel suo contesto quotidiano e attribuirle spessore sociologico e psicologico)
- **UNO scenario d'uso** che evidenzia i bisogni del target, ai quali risponderà l'applicazione (descrivere come oggi si comporta l'utente per rispondere a quel bisogno, problematiche e aree di miglioramento)