



I principali social media

facebook.

Il più famoso e importante social network del mondo fu lanciato nel 2004, per consentire agli studenti universitari di Harvard di restare in contatto fra loro. In breve tempo, Facebook estese la possibilità di iscriversi dai soli studenti di Harvard a quelli di tutti i college statunitensi, poi a quelli delle scuole superiori e infine, nel 2006, a qualsiasi utente che avesse più di 13 anni.

Nel 2008 il sito raggiunse i 100 milioni di utenti, nel corso del 2009 si superarono i 300 milioni di iscritti e a metà del 2010 si arrivò a mezzo miliardo.

Nel gennaio 2011 le iscrizioni superavano i **600 milioni** e non accennavano a rallentare. Nel 2010, inoltre, Facebook aveva superato Google quale sito più visitato d'America.

Come spiegare questo enorme successo? Uno dei

punti chiave, oggi, è certamente il desiderio di iscriversi e di appartenere a uno dei più grandi siti del mondo ma, a parte questo, Facebook ha dimostrato di volere e sapere integrare nella sua struttura tutti gli elementi che costituiscono l'**essenza delle relazioni interpersonali on-line**: un sistema interno ed esterno di messaggistica e-mail, la possibilità di condividere immagini, inviti a eventi, a gruppi, ad associazioni, la possibilità di creare fan club e profili personali dettagliati, giochi, applicazioni e possibilità di collegamenti a una molteplicità di altri siti e attività on-line.



L'unico social network che negli ultimi anni ha avuto un impatto simile a quello di Facebook è Twitter, lanciato nel 2006.

Gli utenti di Twitter possono "seguire" (*follow*) gli

altri iscritti, e hanno la possibilità di visualizzare e condividere i loro *tweet* (“cinguettii”: messaggi brevi, che non possono superare i 140 caratteri).

All’inizio del 2011 gli utenti registrati erano quasi 200 milioni. La novità di questo social network è la percezione che i contatti si svolgano in **tempo reale**: questa è una nuova condizione digitale richiesta da molte persone, e che Twitter ha fatto propria diventando uno strumento molto importante, per esempio, per la **diffusione on-line delle notizie** sugli avvenimenti nel mondo.

Il mondo del web non è più visto come una risorsa sconfinata che aspetta di essere esplorata, ma come una rete di contatti in cui si inviano e ricevono messaggi e aggiornamenti in tempo reale.

Il social network Twitter, al quale molti utenti rimangono collegati in modo permanente grazie agli smartphone e ai cellulari di nuova generazione, ha rappresentato un cambiamento profondo nella storia della tecnologia digitale.



Myspace è una comunità virtuale nata nel 2003. Offre ai suoi utenti la possibilità di creare blog e profili personali e di condividere foto, musica e video.

Lo spazio Internet fornito da Myspace si è specializzato, col tempo, nell’ospitare **artisti e gruppi musicali**, che molto spesso hanno acquisito notorietà a livello mondiale ancora prima di mettere sul mercato le loro opere o i loro dischi.

Per quanto riguarda profili e blog personali, Myspace è stato gradualmente soppiantato dai più potenti Facebook e Twitter, ma ha continuato e continua a costituire una vetrina interessante, in particolare, per i gruppi musicali.



LinkedIn è un servizio di social networking finalizzato essenzialmente allo sviluppo di **contatti professionali**. La sua rete contava, nel gennaio 2009, 30 milioni di utenti, che nel giro di un solo anno sono raddoppiati: nel marzo 2011, LinkedIn risultava presente in oltre 200 Paesi, e ha ormai superato i 100 milioni di utenti.

Diffuso in tutti i continenti, questo social network continua a crescere alla velocità di un milione di iscritti a settimana: in Europa gli iscritti sono oltre 22 milioni, con prevalenza di olandesi, francesi e italiani.

Obiettivo degli utenti del sito è ottenere di essere pre-

sentati, in ambito professionale, a qualcuno che si desidera conoscere attraverso un **contatto affidabile**, trovare offerte di lavoro e opportunità di business. I datori di lavoro possono pubblicare su LinkedIn offerte di lavoro e ricerche di candidati; le persone in cerca di lavoro possono studiare i profili dei reclutatori per cercare di mettersi in contatto con loro.

Gli italiani su LinkedIn sono quasi 1.700.000 e il loro numero è in continua crescita: si tratta in prevalenza di uomini, appartenenti a diverse fasce d’età. I settori con più addetti sono l’hi-tech, la manifattura e la finanza e i ruoli più rappresentati sono quelli di vendita, insegnamento e ingegneristica.



Wikipedia è un’**enciclopedia on-line**, gratuita e aperta alla collaborazione di chiunque. Disponibile in oltre 280 lingue, affronta sia gli argomenti tipici delle enciclopedie tradizionali, sia quelli che sono tipicamente presenti in almanacchi, dizionari geografici e pubblicazioni specialistiche.

Ogni utente registrato può contribuire a perfezionare le voci esistenti o a crearne di nuove.

Nella società attuale, Wikipedia è considerata una fonte di informazioni di primaria importanza, per chiunque desideri saperne di più relativamente a qualsiasi argomento.



YouTube è un sito web che consente la pubblicazione e la **diffusione di video** da parte dei suoi utenti: i video trasmessi attraverso YouTube diventano visibili a tutta la comunità di fruitori della rete.

Lo scopo di YouTube è ospitare solamente video realizzati direttamente da chi li carica, ma spesso contiene materiale realizzato da terzi e caricato senza l’autorizzazione di questi ultimi. Il regolamento del sito vieta l’uso, se non se ne è titolari, di **materiale protetto da diritti**, ed effettua per questo una verifica di quanto proposto dagli utenti.

Dall’aprile 2006 YouTube ha iniziato una imponente attività di cancellazione dei video che violano il copyright: si valuta che il numero dei video eliminati si aggiri intorno ai centomila, e sono stati anche sospesi gli account degli utenti che più frequentemente caricavano contenuti protetti.

YouTube presenta in ogni caso un forte tasso di crescita: ogni giorno vengono visualizzati circa 100 milioni di video.