

# Web 2.0

Social network, blog, wiki



**Federico Gobbo**

federico.gobbo@uninsubria.it

Università degli Studi dell'Insubria

(cc) Some rights reserved.

# Web 2.0 perché?

Per capire la novità del web 2.0 dobbiamo capire cos'era il web *prima* e come si è evoluto. Il web è un mezzo di comunicazione (medium, plurale media) e come tale va studiato.

Alcune nozioni di base.

# La prima fase dei nuovi media

Intendiamo per media gli strumenti per comunicare risultanti da fattori tecnologici e sociali insieme. È noto che Bell inventò il telefono per fare concorrenza al grammofono, lui credeva che le persone avessero ascoltato Caruso attraverso la cornetta.

Nessun medium è un'isola: l'esistenza dei media è sempre definita in opposizione e differenza gli uni con gli altri. Particolarmente importante è la prima fase dei nuovi media, quando si innestano in un sistema già esistente.

# La legge della “carrozza senza cavalli”

Marshall McLuhan in *Understanding Media* chiarí la legge generale dei nuovi media: quando sopraggiunge un medium nuovo, riesce a inserirsi nel sistema dei media esistenti mascherandosi da medium vecchio, così non spaventa il grande pubblico.

L'esempio classico di McLuhan è quello dell'automobile, travestita da carrozza senza cavalli. Ma potremmo citare la Bibbia di Gutenberg che copiava i manoscritti medioevali.

# Carrozza, Museo della Scienza di Milano



# Alfa Romeo 2300 Spider Sport, ibidem



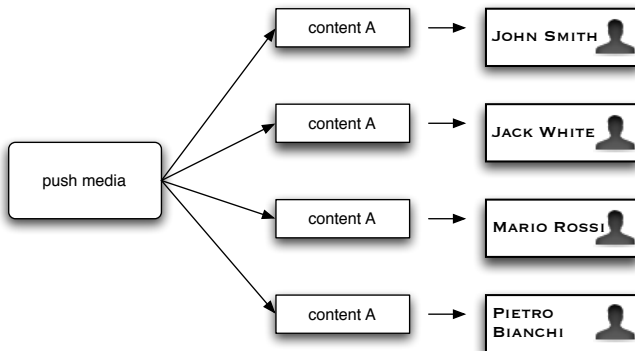
# La *remediation* (Bolter-Grusin) di fine millennio

Il web prende il centro dei media al posto della tivú

Con l'home computing (anni 1970-80) e con il personal computing (1980-1990) il computer cercava di travestirsi da macchina da scrivere e da televisione.

Negli anni 1990 c'è stato una *remediation*, rimediazione del computer e della tivú. Quando è diventato scontato il computer-in-rete, la tivú si è travestita da computer: è la retorica della 'tivú digitale on-demand' et similia.

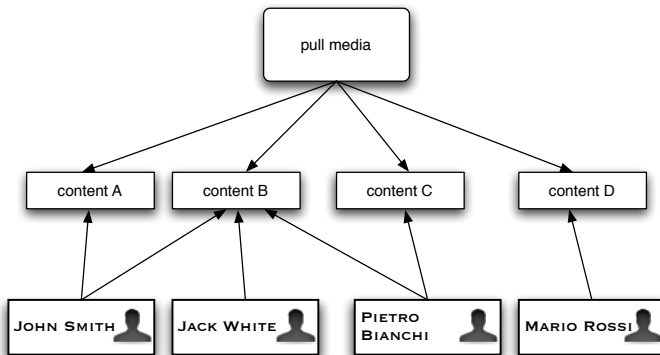
# Il modello televisivo del “push media”



Stesso contenuto a tutti gli utenti-consumatori passivi.



# Il modello web del “pull media”



Molti contenuti, gli utenti-cacciatori scelgono attivamente.

# Web 1.0 $\alpha$ , prima di Google

Negli anni 1990, cercare le informazioni sul web era un processo lungo e frustrante. I motori di ricerca (per esempio Altavista, Excite, Inktomi) erano lenti, difficili da usare ed imprecisi.

Inoltre, la maggior parte delle informazioni era in lingua inglese e quindi precluse a chi non conoscesse quella lingua.

# HotBot.com, Dicembre 1997

Fonte: web.archive.org

HotBot - Mozilla  
http://web.archive.org/web/199712/ Search

HotBot - The WIREd Search Center

Search: The Web look for  [Stop Word](#)

in the last week [Stop Word](#)

North America (.com) [Get Low Labor for only \\$17.99 - Find more deals](#)

Include media type  
 Image  Audio  Video  Shockwave

Return Results:  
10  full descriptions [Stop Word](#)

[Clear Form](#)

REFERENCE <a href="#">Books</a> <a href="#">E-books</a> <a href="#">Directories</a> <a href="#">Web Sites</a> <a href="#">WWW</a> <a href="#">Data</a>	TECHNOLOGY <a href="#">Browsers</a> <a href="#">Computing</a> <a href="#">Newsletters</a> <a href="#">FAQs</a> <a href="#">Programming</a> <a href="#">Webmaster</a>	CURRENT AFFAIRS <a href="#">Business</a> <a href="#">World Events</a> <a href="#">E-commerce</a> <a href="#">Web</a>
BUSINESS <a href="#">Business</a> <a href="#">Marketing</a> <a href="#">Directories</a> <a href="#">Web Sites</a> <a href="#">E-commerce</a> <a href="#">Carriers</a>	INVESTING/ FINANCE <a href="#">Stocks</a> <a href="#">Bonds</a> <a href="#">Mutual</a> <a href="#">ETFs</a> <a href="#">IPOs</a> <a href="#">Real Estate</a>	HEALTH/ SCIENCE <a href="#">Medicine</a> <a href="#">Vitamins</a> <a href="#">Pharmaceuticals</a>
CULTURE <a href="#">Art</a> <a href="#">Books</a> <a href="#">Classical</a> <a href="#">Film</a> <a href="#">Music</a>	MEDIA <a href="#">Broadcasting</a> <a href="#">Classical</a> <a href="#">TV</a> <a href="#">Radio</a> <a href="#">Internet</a>	REC <a href="#">Books</a> <a href="#">Comics</a> <a href="#">Games</a> <a href="#">Music</a> <a href="#">Video</a>

[More searches](#)

Click on for search tips and news about HotBot.

# L'Era di Google

Alla fine degli anni 1990, accanto a Yahoo!, il cui motore di ricerca si basa su catalogazione umane, esce Google, che si impone per velocità, precisione e semplicità come *il* motore di ricerca.

Oggi, meno di una decade dopo, l'uso di Google è diventato popolare tra tutti gli utenti internet di ogni parte del mondo, grazie anche all'interfaccia multilingue.

Google, pro e contro

# La “googlite”, dalla scarsità all’abbondanza informativa

## Una nuova malattia della (dis)conoscenza

Per la prima volta nella storia dell’umanità il problema non è piú cercare le informazioni, ma distinguere, vagliare tra le molteplici possibilità informative che vengono offerte a costo zero.

Ma, ammesso che ciò valga per tutti i contesti (e non è, per ora), quali sono le conseguenze?

Google, pro e contro

# Tutti pazzi per Google

Al suo apice (circa 2001) questi erano i miti del web

- 1 Identificare Google con il web.

Google, pro e contro

# Tutti pazzi per Google

Al suo apice (circa 2001) questi erano i miti del web

- 1 Identificare Google con il web. “Se qualcosa non lo trovo su Google, vuol dire che non esiste”.

Google, pro e contro

# Tutti pazzi per Google

Al suo apice (circa 2001) questi erano i miti del web

- ① Identificare Google con il web. “Se qualcosa non lo trovo su Google, vuol dire che non esiste”.
- ② Dimenticare che il web è in perpetuo mutamento.



# Tutti pazzi per Google

Al suo apice (circa 2001) questi erano i miti del web

- ① Identificare Google con il web. “Se qualcosa non lo trovo su Google, vuol dire che non esiste”.
- ② Dimenticare che il web è in perpetuo mutamento. “Se ho trovato qualcosa sul web, sarà sempre lí e chiunque potrà controllare”.

Google, pro e contro

# Tutti pazzi per Google

Al suo apice (circa 2001) questi erano i miti del web

- ① Identificare Google con il web. “Se qualcosa non lo trovo su Google, vuol dire che non esiste”.
- ② Dimenticare che il web è in perpetuo mutamento. “Se ho trovato qualcosa sul web, sarà sempre lí e chiunque potrà controllare”.
- ③ Non tutto il web è ugualmente autorevole.

Google, pro e contro

# Tutti pazzi per Google

Al suo apice (circa 2001) questi erano i miti del web

- ① Identificare Google con il web. “Se qualcosa non lo trovo su Google, vuol dire che non esiste”.
- ② Dimenticare che il web è in perpetuo mutamento. “Se ho trovato qualcosa sul web, sarà sempre lí e chiunque potrà controllare”.
- ③ Non tutto il web è ugualmente autorevole. “Se lo trovo sul web, è vero.”.

Google, pro e contro

# Tutti pazzi per Google

Al suo apice (circa 2001) questi erano i miti del web

- ① Identificare Google con il web. “Se qualcosa non lo trovo su Google, vuol dire che non esiste”.
- ② Dimenticare che il web è in perpetuo mutamento. “Se ho trovato qualcosa sul web, sarà sempre lí e chiunque potrà controllare”.
- ③ Non tutto il web è ugualmente autorevole. “Se lo trovo sul web, è vero.”.

Google, pro e contro

# Il bisogno di sistemi di ricerca alternativi

Prima considerazione: Google non è il web

Non esiste nessun motore di ricerca, nemmeno Google, che indicizzi *tutt il web esistente*. Secondo alcune stime, Google arriva a indicizzare circa il 60% del totale, e del rimanente vengono escluse molte informazioni non in lingue maggiori (inglese, francese, tedesco, spagnolo, italiano, giapponese...).

Gli utenti web hanno cercato di trovare sistemi di ricerca alternativa.

Google, pro e contro

# La prima soluzione è: motori di ricerca specializzati

vivissimo.com mette in ordine le vostre ricerche

Vivissimo // Search Done Right // Enterprise Search, Federated Search, Clustering - Mozilla

http://vivissimo.com/

Vivissimo  
company products solutions customers press contact

solutions for: enterprise government life sciences publishing web libraries

Search the Web Cluster

## Vivissimo unveils Velocity 5 and "Search Done Right" Strategy

**Mission**

Vivissimo does search right by combining the simplicity and innovation of consumer search with the flexibility and control of enterprise software. The company works with customers to understand their goals and quickly deploy solutions that maximize the business value of information—with an interface users love. [See how...](#)

**Spotlight**

- Vivissimo Velocity 5: KMWorld Trend-Setter
- FirstGov.gov wins Pioneer Award for Vivissimo Velocity
- New VP of Business Development Overseas Partnerships and Resellers
- **Demos:** Try our technology
- **Why Clustering?:** Whitepapers
- **Clusty:** Web search
- **Now Hiring!**

FIRSTGOV.com HighWire Press R&G THOMSON

Copyright © Vivissimo, Inc. 2000-2006. All Rights Reserved. [Privacy policy](#)

http://vivissimo.com/html/solutions

Google, pro e contro

# Altro esempio: trovaprezzi

TrovaPrezzi - Il motore di ricerca per i tuoi acquisti - Mozilla

http://www.trovaprezzi.it/

**TrovaPrezzi**  
Varietà di posizioni **STOKKE**

Il motore di ricerca per i tuoi acquisti Trova e confronta i migliori prezzi online!

TrovaPrezzi: Trova Ricerca avanzata

**In Offerta**

- EPSON PICTUREMATE 3100**  
C 85,20
- Sony Kdl40x 2000 Tv Led  
C 2.604,90
- Sony Ericsson W300i Walkman  
C 89,00
- CANON Power Shot S3 IS  
C 351,46

Mappe Categorie  
Dillo a un amico  
Ricerca per webmaster

**Top Ten Shopping:**

- Cellulari
- Fotocamera Digitali
- Televisori LCD e Plasma
- Walkman
- Lettori DVD
- Palmmat
- Videocamera Digitali
- Monitori LCD
- Stampanti
- Accessori Cellulari

**Nokia N72 Black**  
Europea EDGE/GSM Tri Band, Display 262mila colori, Fotoc. anteriore 2 Megapix, zoom 20x  
su HPiPica C 279,00

**Sony Kdl-32p230e**  
TV Led 32", Bravia P, Sintonizzat. Dtt, Bbe Viba HD3D, HD Ready, Hdmi, Contrasto 5.000:1 su C2  
C 828,90

**HD READY**

epson: soluzioni avanzate per la stampa colori in offerta su [www.italysystem.com](http://www.italysystem.com)

**Confronta i prezzi dei prodotti nelle categorie shopping:**

<b>Audio e Video</b> Videocamere Digitali, Lettori DVD, Lettori MP3, Home Theatre	<b>Auto e Moto</b> Accessori Auto, Motociclismo, Cavalli	<b>Casa e Giardino</b> Casalinghi, Energia Solare, Giardinaggio, Fiori, Art. Religiosi, ...	<b>Dvd e VHS</b> Film in DVD, VHS, Avventura, Azione, Thriller, ...
<b>Elettrodomestici</b> Climatizzazione, Pulizia, Siro e Cuoito, Cure della Persona, ...	<b>Fotografia</b> Fotocamere Digitali, Apparecchi Reflex, Nikon, Canon ...	<b>Giocchi e Hobby</b> Videogiochi, Giocattoli, Modellismo, Ricamo, Carnevale, ...	<b>Gioielli</b> Anelli, Gioielli, Orecchini, ...
<b>Idee regalo e Gadgets</b> Idee utili e innovabili, Articoli da Regalo, Commercio Equo, ...	<b>Infanzia</b> Camisette e Passeggini, Culle, Lettini e Culla, ...	<b>Informatica</b> PC, Notebook, Palmari, Monitor, Stampanti, ...	<b>Libri</b> Altri Libri, Agricoltura e Veterinaria, Arte e Spettacolo, ...
<b>Moda</b> Abbigliamento,	<b>Musica</b> CD e DVD musicali,	<b>Orologi, Gps e Strumentazione</b>	<b>Optica</b> Occhiali da sole,

**ShopOnline S.p.A. (ELECTRONICS)**

**LG ELECTRONICS 32LE2R**  
TV LED da 32" HD Ready e HDMI Rn. 1366x768 px Contrasto 1600 Luminosità 500

**SOLO 699€**

**QUESTA E MOLTE**

http://www.trovaprezzi.it/gpe.aspx?bid=6247

<http://trovaprezzi.it>

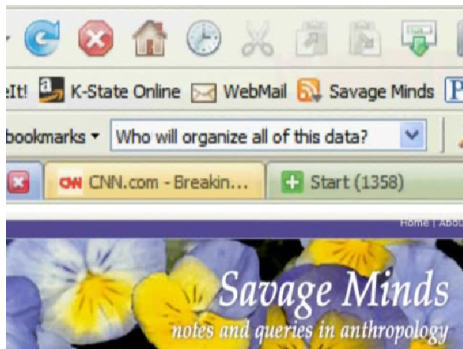
Per avere questa presentazione: <http://www.dicom.uninsubria.it/~federico.gobbo/#AA2006-7>

17/50



# The Machine is Us/ing Us

Doppiaggio italiano del video di Wesh



<http://goberiko.blogspot.com/2007/05/machine-is-us-ing-us-in-italiano.html>

Per avere questa presentazione: <http://www.dicom.uninsubria.it/~federico.gobbo/#AA2006-7>

18/50





# Una nuova interattività: il web partecipato

Il fondamento del nuovo web è sia tecnologico (XML e dintorni) e sociale. In particolare, diventano centrali le cosiddette *social network*, reti sociali, o meglio le **comunità di pratica**.

Queste si formano quando il processo di apprendimento sociale che avviene quando un gruppo di persone che condivide un interesse comune su un argomento o problema collabora per un periodo rilevante ai fini di condividere idee, trovare soluzioni, e costruire innovazione.

# Social bookmarking and serendipity

Ottimizzati gli algoritmi di ricerca, non restava che affidarsi alle scelte delle comunità di pratica per trovare risultati inattesi e rilevanti (*serendipity*).

L'esempio piú semplice è la condivisione dei siti preferiti (*social bookmarking*): segnando con parole chiave arbitrarie (*tag*, etichette) il contesto del sito. Cliccando sulle etichette piú usate si attua la *serendipity*.

Web 2.0

# del.icio.us cerca tra i preferiti di tutti gli utenti del mondo

Posso trovare informazioni su Dante che Google non indicizza

The screenshot shows a Mozilla browser window displaying the del.icio.us search results for the term 'alighieri'. The page layout includes a search bar at the top with the query 'alighieri' and a 'search' button. Below the search bar, there are navigation links for 'your bookmarks', 'your network', 'inbox', 'links for you', and 'post'. The main content area is divided into two columns. The left column, titled 'Your bookmarks', shows 'No results found'. The right column, titled 'Everyone's bookmarks', lists various search results related to Dante Alighieri, including links to Amazon, Calibex, and NextTag, as well as Wikipedia and Project Gutenberg. The search results are sorted by relevance, with the top result being 'Alighieri at Amazon.com'.

http://del.icio.us

Per avere questa presentazione: <http://www.dicom.uninsubria.it/~federico.gobbo/#AA2006-7> 21/50



Web 2.0

# Altro esempio: furl.net permette di salvare le ricerche

LookSmart's Furl - Your Personal Web - Mozilla

http://furl.net/

LookSmart  
FURL | Your Personal Web File  
Where To Look For What You Need.™

Home My Archive My Tools My Settings Links

Free: Get Started Furl Features Latest Headlines Most Popular Other Archives Tell a Friend

Your personal web file.

Search  
Search for: \_\_\_\_\_ in Furl

Today's Popular Items

- ↳ [Says-it.com](#)  
Furled by 21 members
- ↳ [Chess Corner - Chess Tutorial](#)  
Furled by 18 members
- ↳ [diz2.com - photographer education](#)  
Furled by 17 members
- ↳ [GMail Hacks/Tips - CyberKnowledge Blog](#)  
Furled by 13 members
- ↳ [Linux Shell Scripting Tutorial - A Beginner's handbook](#)  
Furled by 12 members
- ↳ [412 Precondition Failed](#)  
Furled by 11 members
- ↳ [Textbook Revolution](#)  
Furled by 10 members

[See more »](#)

Latest Entries

**Join Furl!**

Furl saves a personal copy of any page on the Web and lets you find it again instantly, from any computer. Share the sites you find, and discover useful new sites. Become a member to start building your Personal Web.

**Get started** - Your commitment to us shows in Furl.™ [View details and Furl](#)

**Furl.net News**

Furl is Hiring  
Attention Furl Fanatics!

If you love Furl, consider these questions:

- Are you a Web 2.0 whiz?
- Seeking an opportunity to work with cutting edge technology to help improve the Web's best social bookmarking application?
- Do you consider yourself proactive, intelligent and motivated?
- Do you work well in groups as well as on your own?

If you answered yes to any of these questions, LookSmart wants to chat with you. The Furl team is looking to hire two Sr. Software Engineers to help improve and expand the Furl platform. This position is based in San Francisco, CA.

If you or anyone you know is a good fit for this position, contact us. Follow the link below for a complete job description.  
<http://careers.looksmart.com/arc/bonus/cb/career/21/>

[More, 24 Jul 2006 21:05:31 GMT]

http://furl.net

Per avere questa presentazione: <http://www.dicom.uninsubria.it/~federico.gobbo/#AA2006-7> 22/50



# Il salto dal vecchio modello del portale ai nuovi formati

Mentre i portali intendevano recintare lo spazio della rete offrendo tutti i servizi in un unico punto agli utenti, i nuovi formati rovesciano il punto di vista, permettendo a ciascun utente di far parte contemporaneamente a piú comunità di pratica contemporaneamente. Tecnicamente, questo è permesso dalla facilità di apprendimento dei *markup languages*.

Se la fotocopiatrice con McLuhan ci aveva resi tutti editori, il web ci rende tutti produttori televisivi (de Keckerkove).

# Markup languages: l'esempio di Textile

Sottoclasse di HTML per impaginare con facilità

## What is Textile?

Textile is a simple markup language.

<b>textile</b>	<b>to html</b>
<code>_a phrase_</code>	-> <b><i>a phrase</i></b>
<code>*a phrase*</code>	-> <b>a phrase</b>
<code>_*a phrase*_</code>	-> <b><i>a phrase</i></b>
<code>"Google":http://google.com</code>	-> <a href="http://google.com">Google</a>

`http://whytheluckystiff.net/ruby/redcloth/`

# Il modello *narrow casting* e i media personali

Gli utenti navigano, tagliano, incollano, commentano, mixano e pubblicano contenuto fatto a mano. Tutti i nuovi formati presuppongono un'appartenenza a una comunità di pratica e implicano la personalizzazione (media personali).

Ogni forma specifica si adatta al modello specifico della comunità virtuale. Cosa veramente cambia tra wiki, forum web e blog è il concetto di **autore**.

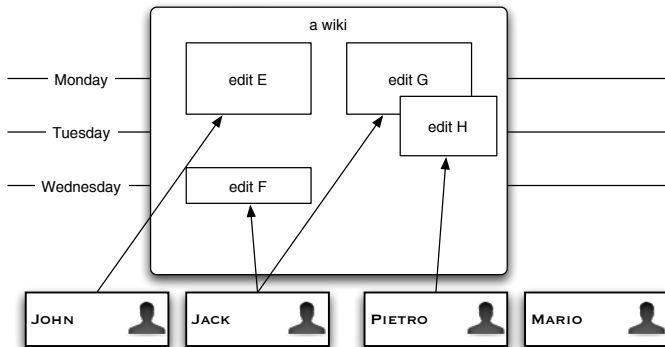
# La via del wiki

Il “wiki wiki concept” (wiki signifca ‘veloce, informale’ in hawaianon) è stato inventato da Ward Cunningham, un extreme programmer, partendo dall’analisi dei sistemi di groupware, dalla loro concezione a cura di Engelbart con il sistema Augment. Il wiki piú famoso e popolare è Wikipedia.



# Come funziona un wiki?

Tanti contributi, nessun autore: "tanti scrivono, tanti leggono."

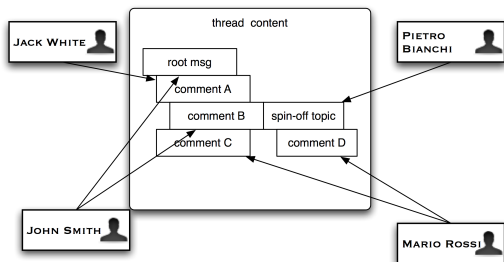


# In antitesi ai sistemi a thread

Il wiki è ortogonale ai sistemi a thread come forum, mailing list o le vecchie BBS. Nei sistemi a thread, è l'argomento che serve a organizzare i contenuti. Il messaggio che inizia un thread non è particolarmente piú importante degli altri.

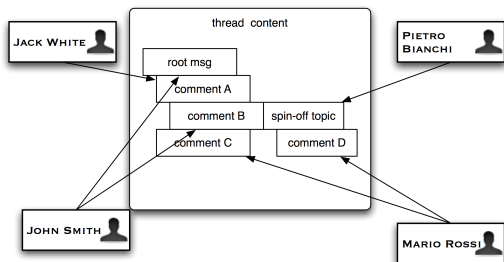
Hanno una struttura ad albero. Ogni nodo è un messaggio, un commento ed è firmato. Al contrario dei wiki, raramente un messaggio viene modificato o cancellato dopo essere stato pubblicato.

# Il modello dei forum web, derivato dai BBS



I messaggi non hanno gerarchie di importanza.

# Il modello dei forum web, derivato dai BBS



I messaggi non hanno gerarchie di importanza.  
Paradigma dei forum: "scrivi per commentare".

# Wiki come spazio collaborativo di scrittura

Un sistema wiki è un modo per scrivere in rete su qualsiasi tema in maniera anonima, se il wiki è aperto a tutti, o su invito dietro password. Caratteristica fondante di un wiki è la seguente: *ogni pagina non ha un autore specifico*. Inoltre, le informazioni di un wiki sono leggibili liberamente via web, e di solito anche modificabili.

Date queste caratteristiche, come cambia la scrittura?

# I sistemi wiki sistematizzano il sapere collettivo

A differenza dei forum o delle liste di discussione, nei sistemi wiki non c'è ridondanza: le informazioni non vengono ripetute a distanza di tempo, ma crescono gradualmente.

# I sistemi wiki sistematizzano il sapere collettivo

A differenza dei forum o delle liste di discussione, nei sistemi wiki non c'è ridondanza: le informazioni non vengono ripetute a distanza di tempo, ma crescono gradualmente. Quindi:

# I sistemi wiki sistematizzano il sapere collettivo

A differenza dei forum o delle liste di discussione, nei sistemi wiki non c'è ridondanza: le informazioni non vengono ripetute a distanza di tempo, ma crescono gradualmente. Quindi:

ogniquale volta non sia importante l'autore, il wiki funziona bene.



# Wikipedia, il sistema wiki piú importante al mondo



WIKIPEDIA  
*The Free Encyclopedia*

Certamente l'enciclopedia libera Wikipedia è a tutt'oggi il sistema wiki piú importante al mondo. Tramite una sua analisi possiamo capire pregi e difetti dei sistemi wiki.

# Numeri di Wikipedia, già vecchi appena salvati...

Gmail - ICIL 2005

List of Wikipedias - Meta

W Wikipedia

## WIKIPEDIA

### English

*The Free Encyclopedia*

787 000+ articles

### Deutsch

*Die freie Enzyklopädie*

308 000+ Artikel

### Français

*L'encyclopédie libre*

179 000+ articles

### 日本語

フリー百科事典

150 000+ 記事

### Polski

*Wolna Encyklopedia*

140 000+ hasel

### Italiano

*L'enciclopedia libera*

115 000+ articoli

### Svenska

*Den fria encyklopedin*

111 000+ artiklar

### Nederlands

*De vrije encyclopedie*

103 000+ artikelen

### Português

*A enciclopédia livre*

80 000+ artigos

### Español

*La enciclopedia libre*

71 000+ artículos

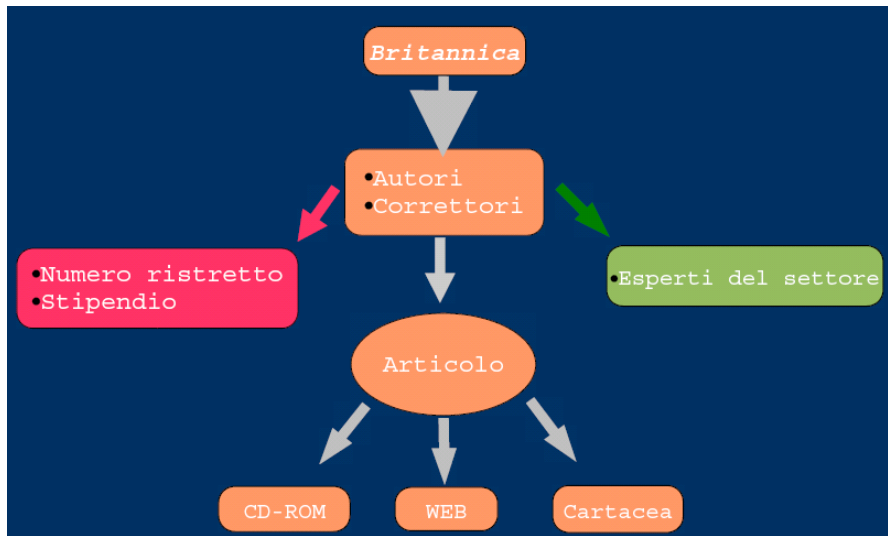


search • suche • rechercher • 検索 • ricerca • szukaj • sök • zoeken •  
busca • buscar

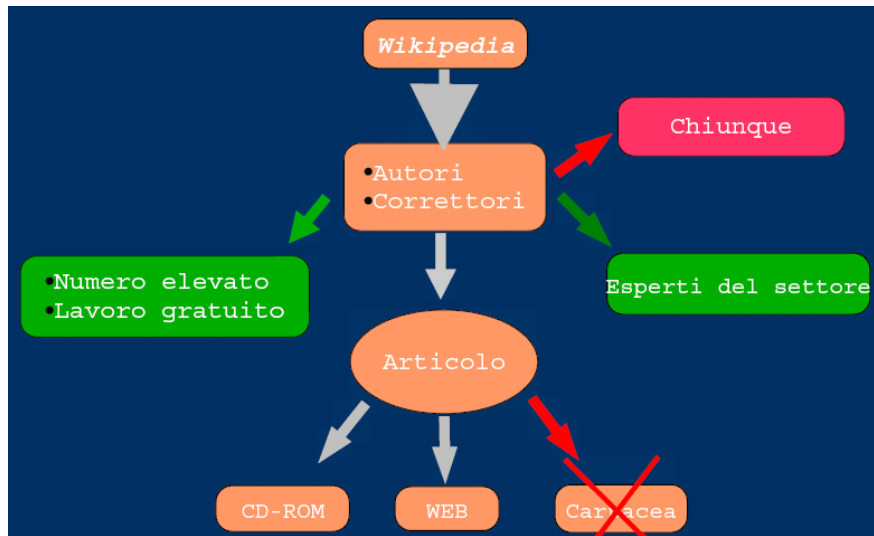
10 000+

עברית • 中文 • Български • Русский • Српски • Українська • Català • Česká • Dansk • Eesti • Esperanto •  
Hrvatski • Ido • Bahasa Indonesia • Magyar • Norsk (bokmål · nynorsk) • Română • Slovenčina • Slovenščina •

# Modo di produzione di un'enciclopedia autoriale...



# Modo di produzione di Wikipedia



# NPOV, Neutral Point Of View

*Un'enciclopedia non assume alcuna posizione, né di condivisione, né di rigetto di alcuna interpretazione di ciò' che descrive. Un'enciclopedia assume la sola posizione di un punto di vista neutrale, sul quale tutte le parti interessate possano concordare.*

*Non è naturalmente sempre possibile ottenere un consenso unanime su tutti i temi trattati: differenze ci sono e ci saranno sempre, ed è nel fondamento medesimo della scienza moderna evitare di assumere valori assoluti come eternamente imm modificabili. È però possibile, ed anzi preferibile, effettuare una razionale disamina degli argomenti trattati, di modo che i concetti esposti possano essere considerati da tutti i lettori come oggettiva ed affidabile base di considerazione.*

# Pro e contro del modo Wikipedia

Gli studenti spesso consultano Wikipedia senza rendersi conto del modello di sviluppo retrostante. Secondo una ricerca fatta da due Acchini-Pepe (2006) nel corso di Epistemologia dell'Informatica:

*il sistema di collaborazione di Wikipedia permette di evitare strafalcioni evidenti, ma allo stesso tempo blocca le punte di qualità, perché chiunque può correggere, e ci si attiene al senso comune, supportato dal punto di vista neutrale (NPOV) sotteso a Wikipedia.*

# Il blogging come moda del web

Ogni 15 secondi nasce un nuovo blog su internet. Tuttavia circa il 5% di questi blog è attivo, e solo il 13% viene aggiornato almeno una volta alla settimana.

Uno dei fattori chiave del successo dei blog è la facilità d'uso, e di fatto hanno sostituito molte pagine web personali.

# Storia dei blog in breve

I primi blog, chiamati 'weblogs', erano semplicemente collezioni di link. Nei tardi anni 1990 Jorn Barger, Jesse James Garrett e Briditte Eaton fecero la trasformazione in blog: nel 1999 esce *Eatonweb Portal*, il primo blog.

Qual è la differenza tra un blog e una pagina web personale? Vediamo le differenze strutturali, dove innova il nuovo medium, tralasciando i dettagli sui contenuti.



# Blog come veicoli di argomenti i piú disparati.

Diversamente dal settore comune, i blog non sono soltanto luogo di gossip per adolescenti.

Questo perché i blog si organizzano in comunità di pratica dette *blogosfere*.

# Blog etici e politici

Internet e il web sono da sempre associati alla libertà di espressione. speech. I blog etici realizzano in parte gli auspici di Tim Berners-Lee, l'inventore del web.

Molti blog popolari sono specifici, vale a dire trattano un argomento, di solito di rilevanza globale, dall'11 Settembre allo Tsunami in Asia fino alle elezioni politiche in Usa.

Blog come giornali dal basso?

## Miti & verità sul *citizen journalism*

Per 'citizen journalism' Gilmore intende i seguenti quattro significati:

- ① utenti mandano foto o video amatoriali su eventi, presi con il cellulare, a una testata giornalistica;
- ② utenti che partecipano a conversazioni di interesse insieme a giornalisti professionisti;
- ③ persone sul posto che scrivono il loro diario, perché i media ufficiali non li ospitano – e.g. 'Healing Iraq' blog dei Zeyad nel 2003;
- ④ persone che trattano un argomento su un punto di vista particolare – e.g. attivisti Linux sulla vicenda del gruppo SCO sul kernel.

Blog come giornali dal basso?

# La blogosfera è autoriale

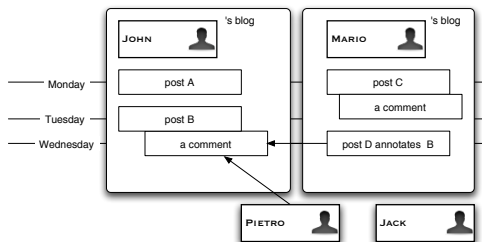
Nei blog esiste un autore – magari collettivo, ma sempre autore – che scrive i messaggi.

I post sono ordinati cronologicamente. Qualche volta gli autori lasciano la libertà di commento nei loro blog, ma la maggior parte delle volte ognuno commenta nel proprio blog (annotazione).

Questo modello è sicuramente piú adatto per il giornalismo dal basso di wiki o forum tradizionali.

Blog come giornali dal basso?

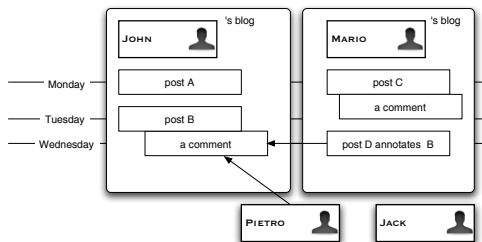
# Il modello annotazione come variante del modello a thread



Il messaggio radice (post) è piú importante delle risposte a thread.

Blog come giornali dal basso?

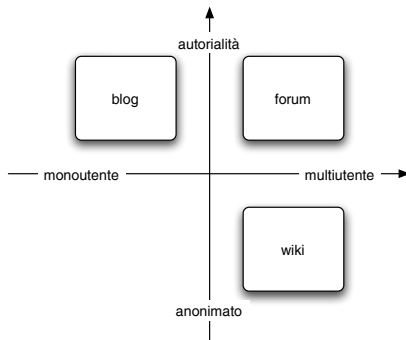
# Il modello annotazione come variante del modello a thread



Il messaggio radice (post) è piú importante delle risposte a thread.  
Paradigma: “scrivi, leggi e commenta gli altri”.

Blog come giornali dal basso?

# Schema riassuntivo dei nuovi formati



La nuova frontiera:  $\text{blog} + \text{wiki} = \text{bliki}$ .

<http://www.martinfowler.com/bliki/>

Per avere questa presentazione: <http://www.dicom.uninsubria.it/~federico.gobbo/#AA2006-7> 45/50

# I nuovi formati si scambiano facilmente i dati

Caratteristica dei nuovi formati è la loro scarsa strutturazione: piú che da basi di dati sono supportate da basi di conoscenza, e presentano contenuti estemporanei e magmatici.

Ciononostante, la loro integrazione è possibile.



## Flickrpedia, un progetto sulla *serendipity*

Uno dei repository di foto etichettate piú importanti al mondo è Flickr. Si tratta di un insieme di fotoblog i cui elementi vengono etichettati arbitrariamente.

Attraverso una chiave di accesso fornita da Flickr, abbiamo implementato un motore di ricerca multilingue che si appoggia su Wikipedia come base di conoscenza (Gobbo 2007, per dettagli). È solo un esempio possibile.

<http://buffy.sciva.uninsubria.it/~rl608838/search>

# E per le aziende?

Google detta legge, e per sopravvivere nel web non si può non fare i conti con il gigante di Mountain View.

La direzione è quella tracciata dai nuovi formati: si danno agli utenti di una o più comunità di pratica gli strumenti per gestirsi i contenuti da soli, in integrazione a contenuti istituzionali.

# In questa presentazione

...è stato presentato:

# In questa presentazione

...è stato presentato:

- ① una disanima degli aspetti di novità del web 2.0, dal punto di vista degli utenti;

# In questa presentazione

...è stato presentato:

- ① una disanima degli aspetti di novità del web 2.0, dal punto di vista degli utenti;
- ② un modello di descrizione strutturale dei nuovi formati.

# In questa presentazione

...è stato presentato:

- ① una disanima degli aspetti di novità del web 2.0, dal punto di vista degli utenti;
- ② un modello di descrizione strutturale dei nuovi formati.

Tendenze in atto:

# In questa presentazione

...è stato presentato:

- ① una disanima degli aspetti di novità del web 2.0, dal punto di vista degli utenti;
- ② un modello di descrizione strutturale dei nuovi formati.

Tendenze in atto:

- ① integrazione tra i nuovi formati (Flickrpedia);

# In questa presentazione

...è stato presentato:

- ① una disanima degli aspetti di novità del web 2.0, dal punto di vista degli utenti;
- ② un modello di descrizione strutturale dei nuovi formati.

Tendenze in atto:

- ① integrazione tra i nuovi formati (Flickrpedia);
- ② recepimento dei nuovi formati in contesti aziendali.



# Grazie dell'attenzione. Domande?



Permalink di questa presentazione (inclusi sorgenti  $\text{\LaTeX}$ ):

<http://purl.org/net/fgobbo>



(cc) Federico Gobbo 2007. Attribuzione – Non commerciale – Condividi allo stesso modo 2.5