

 Italiano

PROVINCE ITALIANE NEWS

Cerca nel sito

Cerca

Annunci Google


Cronaca Nera

News Cronaca

Cronaca Napoli

Cronaca

TRENTO NEWS

Vai alla sezione 

Annunci Google

Rassegna Stampa

Belluno

Leggi le ultime news di Belluno Visita il blog del Sindaco Prade
www.antoniorade.com

Prestiti INPDAP

75.000€

A Dipendenti e Pensionati anche con Altri Mutui in Corso, Tutto in 48h!
www.DipendentiStatali.it/INPDAP

A Merigliano Pub

Bentleys

Un locale dove passare una serata piacevole e mangiare davvero bene.
www.Originalitaly.it

100% Mutui Arancio

2012

Tutte le Novità & le Ultime News! Mutui Arancio: informati & Scegli
Mutui-Arancio.Lettera43.it

Best Value

Acquisizione automatica delle tue Fatture e dei tuoi documenti.
www.bestvalue.it

Annunci Google

Cronaca Nera

News Cronaca

Cronaca Napoli

Cronaca

Malattia di Parkinson

Informazione e ricerca scientifica Scopri le ultime novità
www.parkinson.it

Mutui Casa 100%

Calcola subito il tuo preventivo. Confronta i mutui di 40 banche!
www.mutuonline.it

Annunci Google

Venerdì 4 maggio alle 11 seminario con l'esperto Eitan Altman POPOLARITÀ DEI CONTENUTI NEL WEB: SE NE PARLA A CREATE-NET

28/04/2012

Il prossimo 4 maggio, CREATE-NET organizza presso la propria sede - Sala grande, palazzina B, via alla Cascata 56/D - Povo, Trento - un seminario con Eitan Altman, esperto e studioso di teoria del controllo e di teoria dei giochi, per affrontare un argomento molto attuale: la dinamica della popolarità dei contenuti presenti in rete e nei social networks. Fra le domande che attendono risposta in questo ambito, vi è indubbiamente il perché alcuni contenuti si diffondono nel web in maniera "virale" e altri no.

Infatti, si discute spesso sul perché alcuni contenuti online come video o slogan diventino enormemente popolari mentre invece altri, a volte di simili caratteristiche, rimangono nell'ombra. Alcuni concetti, spesso banali, fanno il giro del mondo e si trasformano in una vera e propria pandemia comunicativa che facciamo fatica a comprendere. Cosa accomuna un video molto cliccato di Beyoncé con un tweet sul nuovo iPhone letto da milioni di followers? Gli esperti dicono che ci sono sicuramente dei denominatori comuni in tali fenomeni di diffusione, per esempio il tipo di contenuto, anche se spesso la qualità del contenuto condiviso non ne giustifica la popolarità. Il meccanismo di base può sembrare casuale in quanto soggetto a molteplici fattori, fra cui le preferenze individuali, l'esposizione sui motori di ricerca, la presenza di altri contenuti altrettanto popolari, etc.

Non possiamo infatti dimenticare che le forze che spingono la popolarità di un contenuto derivano da interessi molteplici: alcune aziende ad esempio cercano di fare in modo che il loro prodotto venga visto da più utenti possibili attraverso la rete, ma i concorrenti possono cercare di ostacolare il fenomeno di diffusione attraverso altri meccanismi. I motori di ricerca inoltre possono favorire il posizionamento, il cosiddetto "ranking", di alcuni contenuti per i quali hanno ricevuto un compenso economico, generando delle vistose amplificazioni e distorsioni rispetto a quanto si potrebbe inferire con una semplice preferenza individuale.

Visto l'impatto che l'esposizione a contenuti di vario genere ha sulla nostra vita quotidiana, lo studio di questo tipo di tematiche ha una rilevanza profonda a tutti i livelli: sociale, economico e, non ultimo, politico. Negli USA, ad esempio, gli investimenti per studiare la potenziale popolarità di uno slogan come "Yes we can", utilizzato da Obama, sono considerati ormai un dato di fatto nelle moderne campagne elettorali. In ogni caso, il sopravvento di alcuni contenuti originati da una sorta di competizione e/o cooperazione che dà via ad un effetto a catena apparentemente incontrollabile sugli schemi e sui meccanismi di pubblicazione nella rete. Il professor Altman cercherà quindi di spiegare attraverso la teoria dei giochi come si crea questa competizione tra contenuti e come una conoscenza approfondita delle dinamiche coinvolte possa permettere di investire al meglio le risorse, per esempio in una campagna pubblicitaria, in funzione della popolarità potenziale di un contenuto piuttosto che di un altro.

Per ulteriori informazioni riguardo questa tematica e per valutare gli interessanti risvolti creativi, è possibile visitare il sito del progetto DODESCADEN (<http://www-sop.inria.fr/members/Eitan.Altman/dodescaden.html>).

Stampa

FOTO

Comunicati Stampa Online

Pubblichiamo Ora e Gratuitamente i Tuoi Articoli e
Comunicati Stampa
www.corriereinformazione.it

"Non Pagare" i Debiti

Sistemi Legali per "Non Pagare" i Debiti quando
Non Riesci a Pagare!
www.AgenziaDebiti.it/non-pagare

Autonoleggio Naples

Low Cost Noleggio Auto. Prezzo più basso
garantito!
www.Rentalcars.com/Naples

Outlet Elettronica -70%

Le Ultime Novità nelle Tecnologia. Approfitta le
Offerte Subito!
Letsbonus.com

Annunci Google

Altre news

02/05/2012 |

Dal 3 al 6 maggio in programma il primo evento che ha come protagonisti gli studenti FESTIVAL DELLA GIOVENTU' EUREGIO: I CONFINI CHE CI UNISCON Domenica alle 8.30 al liceo Galilei di Trento l'incontro con il presidente Lorenzo Dellai

02/05/2012 |

Domani al Museo delle Scienze di Trento alle 17.00 CON IL MUSE NUOVE OPPORTUNITA' PER LE IMPRESE ARTIGIANE

02/05/2012 |

La conferenza stampa alle 12 in Provincia. Gli incontri sul territorio riprenderanno venerdì 11 nelle Giudicarie. I TEMI ECONOMICI AL CENTRO DELLA GIUNTA DI VENERDI'

01/05/2012 |

L'assessore Franco Panizza all'inaugurazione: "Nel 1915 i trentini e i boemi erano nello stesso Impero, oggi sono invece nella stessa Europa" LA MOSTRA "BOEMIA MIA" È A PRAGA

30/04/2012 |

Presentati all'Allianz Arena i ritiri estivi delle squadre del Fc Bayern Monaco L'ESTATE TRENTEINA PRONTA A COLORARSI DI BIANCOROSSO