

Social network

La valutazione dei *social network*

di Roberto Moro Visconti

I *social network* consistono in reti sociali su Internet sviluppatasi come *mass media* gratuiti e interattivi, dove gli utenti possono presentarsi ad un pubblico vasto, creando comunità virtuali nelle quali è possibile condividere contenuti di vario genere. La loro crescente diffusione comporta problematiche di tutela del diritto d'autore e di protezione di dati sensibili (*privacy*). Fornendo a terzi le preferenze di utenti (spesso ignari), i *social network* divengono uno strumento avanzato di *marketing* personalizzato e *digital branding*. La digitalizzazione delle relazioni ne aumenta fruibilità e valore. L'attribuzione di un valore economico per i *social network* risulta peraltro complessa, dal momento che la maggior parte del valore risiede negli utenti, nel numero e nella qualità di connessioni tra gli stessi e nell'effetto *network* (rete) che ne scaturisce.

1. I *network*

I *network* (1) hanno una presenza invasiva nella vita quotidiana: si pensi alle interconnessioni relative allo scambio di *e-mail* o messaggi, all'utilizzo dei *social network*, alle telefonate, ai trasporti, ai trasferimenti di denaro, alle epidemie, alle catene alimentari e agli ecosistemi, alle reti elettriche, etc. In tutti questi casi, si utilizzano i *network* e le loro proprietà. Modalità spesso disordinate o casuali di interazione collegano individui o cose, con rilevanti conseguenze anche sotto il profilo giuridico.

Un *network* rappresenta, nella sua formulazione più elementare, un insieme di punti (vertici o nodi) collegati da linee (lati o *edges*). Il concetto si applica anche ai *social network* che collegano tra di loro diversi individui. Internet è un esempio di *network* virtuale, così come altri *network* si riscontrano in fisica, biologia o nelle scienze sociali (2). Internet è una rete sociale che identifica e riunisce comunità virtuali che condividono idee, attitudini, risorse, preferenze, comportamenti, necessità, rischi e altre caratteristiche che non dipendono necessariamente dalla prossimità geografica.

Un grado identifica il numero di linee (lati) associati a ciascun nodo. La centralità dei nodi e il numero crescente di gradi ad essi associati è proporzionale al

valore degli stessi. I nodi più connessi (*hub* (3)) fungono da perno e hanno un valore più rilevante che dipende dalla relazione che altri nodi periferici istaurano con loro.

I *network* possono essere ego-centrici se ruotano intorno ad un particolare individuo; vi sono poi i *network* di affiliazione basati su una comune appartenenza a gruppi o *communities* che alimentano relazioni sociali durevoli e le reti collettive (sistema di gruppi sociali collegato da legami comuni). Anche la performance di una squadra (*team*) dipende dall'interazione dei suoi componenti. I nodi virtuali sono alla base dell'instaurazione di legami informali (4) anche in assenza di una conoscenza diretta dei partecipanti.

La teoria dei *network* nasce dalla teoria dei grafi, nati nell'ambito della geometria topologica in seguito al problema dei ponti di Königsberg: nel 1736 il matematico Leonardo Eulero si chiese se fosse possibile seguire un percorso pedonale che attraversasse ciascun ponte soltanto una volta. La domanda e la risposta (negativa) non avevano, di per sé, grande rilevanza, se non per il fatto che da esse è nata casualmente la teoria topologica dei grafi (5), che esprime un'architettura di nodi ottenuta collegando diversi punti tra di loro. Ciò che più rileva, nell'interpretazione delle connessioni

(1) G. Caldarelli - M. Catanzaro, *Networks. A Very Short Introduction*, Oxford, 2011; A. Barabási, *Network Science*, Cambridge, 2016.

(2) M.E.J. Newman, *Networks. An Introduction*, Oxford, 2010.

(3) Il termine è utilizzato nel trasporto aereo per indicare gli aeroporti più importanti, che concentrano il traffico collegando le rotte principali con quelle periferiche.

(4) Si veda P. Passaglia - D. Poletti, *Nodi virtuali, legami informali: Internet alla ricerca di regole*, Pisa, 2017.

(5) Si veda P.M. Higgins, *La matematica dei social network. Una introduzione alla teoria dei grafi*, Bari, 2012.