

**GIULIO LUGHI**

LA METODOLOGIA INTERATTIVA

## **Definizioni di interattività**

Secondo Jens Jensen, *Interactivity*, per interattività si può intendere “la misura della potenziale capacità di un medium di lasciare che l’utente eserciti un’influenza sul contenuto e/o sulla forma della comunicazione mediata”.

Secondo Brenda Laurel, *Computer as Theatre*, ci sono tre variabili fondamentali nella composizione dell’effetto interattivo:

- frequenza (ogni quante volte è possibile interagire)
- campo di variabilità (quante scelte sono disponibili)
- rilievo (quanto le scelte influenzano i problemi)

# Tipologie di interattività

- Selezione di contenuti
- Modificazione di contenuti
- Condivisione sociale
- Affermazione di identità

# Interattività come "termine ombrello"

Lev Manovich, *Il linguaggio dei nuovi media*: ogni interfaccia è interattiva

# Restrizione del significato

Interattività come fenomeno strettamente legato

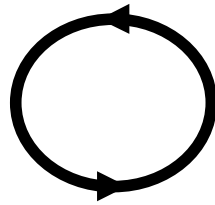
- all'utilizzo di un computer
- alle potenzialità offerte dalla programmazione

# Modelli comunicativi

I processi comunicativi possono essere rappresentati secondo due modelli generali:

- circolare
- direzionale

# Comunicazione circolare



Un modello circolare prevede un continuo scambio comunicativo tra i partecipanti.

Un esempio di modello circolare è rappresentato dal

- linguaggio verbale orale (faccia a faccia)
- altre forme di interazione paritaria (scambio epistolare o telefonico).

# Comunicazione direzionale

Un modello direzionale implica una comunicazione che ha un preciso punto di partenza, e una direzione orientata ad un destinatario;



Esempi di modello direzionale sono

- lezioni o conferenze
- linguaggio verbale scritto,
- forme editoriali come la stampa, il cinema, la TV (*broadcast*).

# Sovrapposizione dei modelli

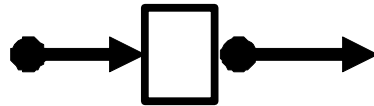
Le due forme di comunicazione sono sempre compresenti nella nostra esperienza, e in realtà nella vita di ogni giorno si mescolano:

- un insegnante produce comunicazione direzionale quando fa lezione, ma è pronto ad aprire una sessione circolare nel momento in cui uno studente alza la mano per fare una domanda;
- un gruppo di amici in conversazione si trova in una classica situazione di comunicazione circolare, ma appena uno di loro racconta un aneddoto si instaura una situazione direzionale.



# Comunicazione direzionale mediatica

Quando parliamo di editoria, o di trasmissioni *broadcast*, siamo di fronte ad un caso particolare, ma molto importante, di comunicazione direzionale



# Come collocare l'interattività?

La nozione odierna di **interattività** non è riconducibile alle modalità classiche di interazione.

- *interazione*: si realizza quando soggetti **paritari** (fisicamente compresenti, o connessi con un medium interpersonale: telefono, posta) e **con ruoli interscambiabili** comunicano tra loro;
- *interattività*: si realizza quando soggetti **diversi e con ruoli non scambiabili** entrano in rapporto tra loro, in momenti diversi, mediante un artefatto (un oggetto, una macchina, un programma, una pagina web, ecc.) programmato dall'**autore** per assumere modalità di funzionamento diverse a seconda dei comportamenti dell'**utente**.

# Caratteristiche dell'interazione 1

A differenza di quanto avviene nel rapporto di interazione, nell'interattività manca quella che secondo Erving Goffmann, *L'interazione strategica*, è la componente strategica:

*Due o più parti devono trovarsi in una situazione strutturata di reciproca collisione, in cui ciascuna parte deve fare una mossa e in cui ogni mossa possibile implica delle conseguenze decisive per tutte le parti. In tale situazione la decisione di ciascun giocatore deve essere influenzata dalla sua conoscenza della probabilità che gli altri giocatori cerchino di prevedere la sua decisione e dal fatto che è anche possibile che utilizzino la sua conoscenza di questa probabilità. I corsi d'azione o mosse saranno quindi deliberati alla luce di ciò che uno immagina che l'altro immagini sul suo conto. Lo scambio di mosse fatte in base a questo tipo di atteggiamento verso se stessi e verso gli altri può essere definito interazione strategica.*

## Caratteristiche dell'interazione 2

Condizione dell'interazione è quindi **l'interscambiabilità** (come nella comunicazione faccia a faccia, o simile) e l'attivarsi di una dinamica comunicativa **paritaria**; l'interazione è un processo circolare in cui sono attivi più soggetti, le cui azioni comunicative determinano un **feed back continuo** sugli altri. Le modalità di interazione possono essere continuamente **negoziate**: si può passare da una maggiore familiarità ad un atteggiamento più formale, si può anche rinegoziare lo scopo finale dell'attività comunicativa.

# Caratteristiche dell'interattività 1

Condizione dell'interattività, invece, è esattamente l'opposto: è **l'assenza** di uno degli interlocutori, il quale **delega** la propria presenza ad una costruzione di significato collocata ad un livello sottostante del testo, dove agisce una struttura di programmazione. L'interattività è quindi peculiare dei **nuovi media**. Questi si basano su architetture trasmissive bidirezionali, con terminali dotati di interfaccia per ricevere e mandare informazioni; tuttavia lo scambio di informazioni non avviene tra i due soggetti della comunicazione (autore e utente), ma tra l'utente e il risultato dell'attività dell'autore (il **prodotto**).

## Caratteristiche dell'interattività 2



Nella fase

1. L'emittente genera un prodotto, un artefatto, un dispositivo; nella fase
2. il destinatario attiva una comunicazione circolare con il prodotto.

Nel box intermedio sono presenti

- Database costruiti dall'emittente
- Algoritmi che rispondono alle richieste del destinatario
- Algoritmi che raccolgono dati dal destinatario
- Database costruiti raccogliendo i dati dei destinatari

## Caratteristiche dell'interattività 3

La **distanza non è un parametro rilevante** nell'interattività. Non c'è differenza infatti fra interattività on line e off line, dal momento che la differenza è costituita semplicemente da un cavo più lungo; in entrambi i casi l'utente dialoga con un programma, il quale accede a dei dati, li riformula in base agli input dell'utente, e poi apre una nuova sessione di dialogo. Che il programma e i dati si trovino sul disco del computer in locale, o su un server remoto, non fa alcuna differenza.

## Caratteristiche dell'interattività 4

Nell'interattività non conta **la compresenza temporale**: il dialogo con la macchina avviene *sicuramente dopo* che è avvenuta la prima metà della comunicazione, dopo che l'autore ha scritto il suo programma. Se l'autore è in linea, infatti, e dialoga con l'utente, ci troviamo in presenza di nuovo di interazione, anche se mediata da un sistema che dal punto di vista concettuale non presenta alcuna differenza rispetto al telefono.



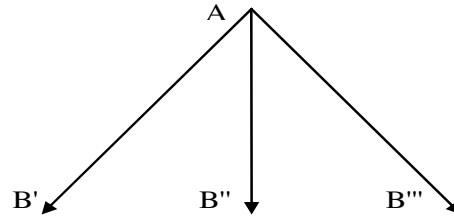
## Caratteristiche dell'interattività 5

Sempre riguardo al **tempo**, va segnalato che esso è totalmente **controllato dall'utente**: il testo infatti è in *stand by*, a meno che l'autore non abbia inserito nel programma delle temporizzazioni o delle interruzioni. Inoltre, fatta salva la predeterminazione delle azioni possibili da parte dell'autore, il **lettore** conserva una assoluta **libertà di azione**: contrariamente a quanto avviene nella comunicazione faccia a faccia, l'emittente non ha più la possibilità di intervenire durante lo scambio dialogico, né di aggiustare le proprie strategie.

## Caratteristiche dell'interattività 6

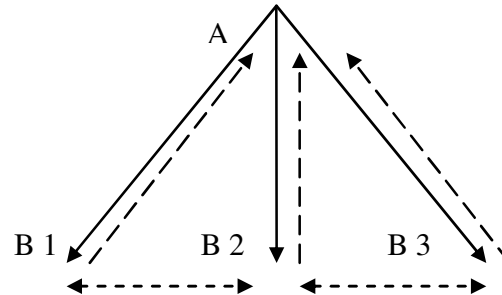
Un aspetto particolare che si riscontra nell'interattività è infine quello dell'**immedesimazione**, che si traduce in una sorta di materializzazione del corpo dell'utente quando questo "entra" nella macchina, e si vede proiettato nel cursore, nel mouse, nell'avatar, nella ripresa in soggettiva dei videogiochi.

# Schema della comunicazione mediatica classica



A è il soggetto mediatico e B', B'', B'''... gli utenti generalisti

# Schema della comunicazione integrata su web

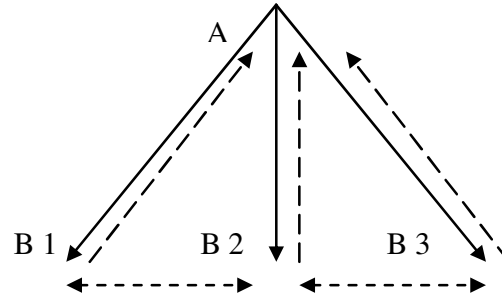


- livello *mediatico*, segnato dalle linee continue verso il basso, che rappresenta "la cultura dei mass media", il modello *broadcast*, però questa volta in forma personalizzata per i diversi utenti o gruppi di utenti;
- livello *interpersonale*, segnato dalle linee orizzontali a tratteggio fine, che consente agli utenti e ai gruppi di utenti di avere "comunicazioni elettroniche interattive" e di dialogare tra loro;
- livello *interattivo* e di *feed-back*, segnato dalle linee verso l'alto a tratteggio largo, che rappresenta l'interattività vera e propria ma anche la raccolta di dati sull'utente attraverso i *form* di registrazione, i forum, i blog, i call center, ecc.

# La rete come ambiente integrato di comunicazione

Manuel Castells, *Galassia Internet*, propone il concetto di "spazio dei flussi".  
L'esperienza di Barcellona.

# La rete come ambiente per l'ambiente: web 2.0



- livello *mediatico*, segnato dalle linee continue verso il basso, "dall'istituzione all'utente", che rappresenta la diffusione delle informazioni in senso direzionale, l'aggiornamento dei dati, la definizione delle problematiche;
- livello *interpersonale*, segnato dalle linee orizzontali a tratteggio fine, "dall'utente all'utente", che consente ai singoli e ai gruppi di utenti di attivare dibattiti e condivisione di opinioni e informazioni;
- livello *interattivo* e di *feed-back*, segnato dalle linee verso l'alto a tratteggio largo, che rappresenta 1. le possibilità di interattive di simulazione (musei, pacchetti didattici, ecc.); 2. la possibilità di diffondere nel corpo sociale dei "sensori" in grado di monitorare l'ambiente e di aggiornare costantemente le istituzioni sul punto di vista del cittadino.