



# Psicologia dei Nuovi Media

**Andrea Farinet**



# Agenda

1. **Psicologia dei nuovi media: riferimenti teorici e oggetti di analisi**
2. **Comprendere i nuovi media: da Internet all'*embodiment***
3. **Applicare la psicologia dei nuovi media: strumenti e metodi**

# Premessa

---

I nuovi processi di comunicazione sono caratterizzati da un'influenza crescente dei nuovi media.

- a) **Nuovi modelli di comunicazione**, interazione totalmente diversa da quella tradizionale *faccia-a-faccia*
- b) Impiego nuovi media **trasforma** il rapporto tra soggetto e tecnologie informatiche

In questo panorama, un ruolo emergente è riservato alla psicologia dei nuovi media, detta ***ciberpsicologia***, che ha come sfondo teorico la psicologia cognitiva, della comunicazione, la psicologia sociale e ha come oggetto di studi **fenomeni** totalmente **nuovi**.

# Premessa

---

Il **compito** della psicologia dei nuovi media è lo **studio**, la **comprensione**, la **previsione** e l'**attivazione** dei processi di **cambiamento** che hanno la loro principale origine nell'interazione con i nuovi media comunicativi.



Sono i soggetti che controllano le caratteristiche dei media o sono questi a determinare i propri utenti?



# Psicologia dei nuovi media: riferimenti teorici e oggetti d'analisi

Premessa culturale: il **modello transteoretico** degli stadi di cambiamento (Prochaska e DiClemente), ritiene che, di fronte a un cambiamento comportamentale, ogni soggetto sia sempre collocabile in una delle seguenti cinque fasi.



# Psicologia dei nuovi media: riferimenti teorici e oggetti d'analisi

---

1. **Precontemplazione:** la persona non pensa di dover cambiare
  2. **Contemplazione:** la persona da un lato considera la possibilità di cambiare, dall'altra la teme
  3. **Determinazione:** il soggetto, per un certo periodo, apre la possibilità al cambiamento
  4. **Azione:** il soggetto si impegna in azioni concrete volte al conseguimento di un cambiamento
  5. **Mantenimento:** il soggetto consolida il livello di cambiamento raggiunto
- [1-5]. Ricaduta:** il soggetto abbandona il processo di cambiamento; la ricaduta è possibile in tutte le fasi.

# Psicologia dei nuovi media: riferimenti teorici e oggetti d'analisi

---

Riguardo al possibile cambiamento dettato dai media, vi sono due posizioni (antitetiche tra loro).

a) Il **determinismo tecnologico**: l'impiego di un *medium* non solo modifica la comunicazione, ma ha anche effetto sul modo di sentire e di pensare dei propri utenti; in questo senso, i media sono causa diretta dello sviluppo storico e sociale questa posizione trova in **McLuhan** il principale punto di riferimento, la cui affermazione più celebre è «il *medium* è il messaggio».

b) Il **costruzionismo sociale**: ogni *medium* è sempre *situato* in quanto risultato di specifiche forze sociali e culturali; per questo non esistono media universali ma media che producono effetti sul soggetto solo all'interno di un contesto specifico.

Questa posizione trova, invece, in **Williams** il principale punto di riferimento. Egli identifica, come McLuhan, l'essenza dei media nella loro natura di tecnologia ma sposta il focus sull'utilità della tecnologia all'interno di un dato contesto.

## Messaggio di fondo:

«Ogni *medium* porta con sé dei **cambiamenti**, che possono essere positivi o negativi secondo il contesto in cui sono inseriti. Un segnale della positiva **integrazione** di un medium in un contesto sociale è la sua *trasparenza*, ossia la percezione da parte dei soggetti interagenti della mancanza d'ostacoli e costrizioni nel realizzare le proprie intenzioni»

# Comprendere i nuovi media: da Internet all'embodiment

---

Si possono identificare tre (3) fasi nello sviluppo di Internet, ciascuna caratterizzata da una particolare interfaccia in grado di offrire nuove opportunità per gli utenti, grazie a livelli più elevati di presenza e presenza sociale:

- 1. I media testuali**
- 2. Il world wide web**
- 3. Il web 2.0**

# Comprendere i nuovi media: da Internet all'embodiment

## 1. I media testuali

La prima fase dell'evoluzione di Internet è caratterizzata dallo sviluppo di interfacce basate sul testo in grado di permettere una comunicazione a basso costo tra più utenti.

E' il caso della posta elettronica (medium asincrono) e delle chat (medium sincrono).



## 2. Il world wide web

E' l'interfaccia grafica che permette di esplorare in maniera ipermediale i contenuti dei server che formano la Rete.

A completare il passaggio al web è stato lo sviluppo del browser, il programma che consente di interpretare il codice HTML consentendo la visualizzazione e l'interazione con gli oggetti presenti nelle pagine web.

Negli anni Novanta nascono i primi siti di ricerca (Google, Yahoo etc.)

# Comprendere i nuovi media: da Internet all'embodiment

## 3. Il web 2.0

Attraverso una serie di applicazioni innovative gli utenti di Internet hanno la possibilità di *creare e condividere* con facilità contenuti multimediali.

	Opportunità	Confini	Esempio
<b>Siti espressivi</b>	Creare/condividere contenuti	Si distingue per tipologia di contenuto e modalità di accesso	I blog
<b>Siti collaborativi</b>	Possibilità di lavorare con altri utenti	Si distingue per strutturazione e supervisione attività	I Wiki
<b>Siti relazionali</b>	Possibilità di iniziare relazioni personali o di lavoro	Si distingue per specificità e distanza	Social Network

# Comprendere i nuovi media: da Internet all'embodiment

Quali sono le **caratteristiche psicologiche** del *cyberspazio*, ovvero lo spazio sociale creato dai nuovi media?



# Comprendere i nuovi media: da Internet all'embodiment

---

Emerge una nuova forma di comunità – la **comunità virtuale** – che può sostituire o integrare quelle reali.

Da una parte il *cyberspazio* rappresenta un'**opportunità**: attraverso le comunità virtuali i soggetti possono trovare supporto, sperimentare nuove identità e persino creare relazioni interpersonali.

Dall'altra, il *cyberspazio* può rappresentare un **problema**: obbliga l'utente ad accettare il rischio di comportamenti disfunzionali e può spingere a cercare *on-line* in maniera compulsiva relazioni e gioco d'azzardo.

# Comprendere i nuovi media: da Internet all'embodiment

---

«Quando su internet ci descriviamo diversi da quelli che siamo – perfino su informazioni fondamentali come l'età, il sesso o la razza – non dobbiamo ritenerci bugiardi o degli artisti del raggiro [...] dobbiamo sentirci più come ricercatori, o sperimentatori. Stiamo giocando con le nostre identità e provando differenti cappelli per vedere come stanno e come gli altri reagiscono ad esso.»

(Wallace, 1999)

## Come cambieranno i nuovi media?

Vi sono **quattro** (4) **tendenze** che stanno modificando il panorama dei nuovi media.

1. Progressiva **digitalizzazione** media tradizionali
2. Separazione fra **tecnologia** e **contenuti**
3. Impiego **corporeità**
4. Nuove forme di **comunità**

# Comprendere i nuovi media: da Internet all'embodiment

---

## 1. Progressiva digitalizzazione media tradizionali

Vi è uno scambio progressivo di contenuti tra vecchi – televisione, telefono, radio, libro - e nuovi media. E' il caso della televisione digitale, della visione della televisione mediante Internet, dell'evoluzione della telefonia mobile, della nascita delle radio digitali e dell'*e-book*.

## 2. Separazione fra tecnologia e contenuti

Vi è la possibilità di consultare lo stesso contenuto indipendentemente dalla tecnologia utilizzata, con due conseguenze: integrazione della capacità di elaborazione del computer negli oggetti più comuni e, dall'altra, progressiva riduzione delle barriere tecnologiche legate al processo di distribuzione dei contenuti

# Comprendere i nuovi media: da Internet all'embodiment

---

## 3. Impiego corporeità

Questa tendenza - finalizzata a rendere l'interazione con i nuovi media il più possibile simile a quella che ciascuno di noi ha all'interno di un ambiente reale - ha prodotto una serie di **aree di ricerca** che rappresentano il **futuro** dei nuovi media: realtà virtuale, *mixed reality*, *affective computing* e *persuasive computing*.

## 4. Nuove forme di comunità

Le nuove comunità virtuali possono, da una parte, sovrapporsi a quelle esistenti rafforzandole; dall'altra, possono aumentare le opportunità dei suoi membri creando delle reti tra soggetti che non si conoscono, per il raggiungimento di un obiettivo economico o relazionale.

# Comprendere i nuovi media: da Internet all'embodiment

---

## Messaggio di fondo:

«I nuovi media cambiano e continueranno a cambiare. I mutamenti più significativi saranno quelli che permetteranno all'utente di soddisfare nuove intenzioni, soddisfare più più efficacemente quelle che ha già o comprendere meglio quelle altrui»

## **Come può un medium supportare efficacemente le intenzioni degli utenti?**

Il metodo di ricerca che permette al ricercatore di concentrarsi su ciascuno dei diversi livelli che influenzano l'esperienza del medium, integrando strumenti di analisi quantitativi e qualitativi, è l'analisi esplorativa multilivello ed integrata dei dati (Complementary Explorative Multilevel Data Analysis).

Questo approccio può essere utilizzato in una serie di ambiti applicativi concreti come la formazione a distanza ed il commercio elettronico.

# Applicare la psicologia dei nuovi media: strumenti e metodi

---

Il **metodo di ricerca** che permette al ricercatore di concentrarsi su ciascuno dei diversi livelli che influenzano l'esperienza del medium, integrando strumenti di analisi quantitativi e qualitativi, è l'**analisi esplorativa multilivello ed integrata dei dati** (*Complementary Explorative Multilevel Data Analysis*).

Questo approccio può essere utilizzato in una serie di ambiti applicativi concreti come la formazione a distanza ed il commercio elettronico.

# Applicare la psicologia dei nuovi media: strumenti e metodi

---

**L'analisi esplorativa multilivello ed integrata dei dati** ha le seguenti caratteristiche:

- Vuole comprendere come l'uso strategico da parte dei soggetti delle opportunità disponibili influenzi l'attuazione delle loro intenzioni attraverso il medium
- Sottolinea l'importanza di soffermarsi su ciascuno dei diversi livelli che influenzano l'interazione
- Consente l'utilizzo dei risultati ottenuti su un livello per approfondire l'analisi e l'interpretazione degli altri
- Prevede l'integrazione di strumenti di analisi quantitativi e qualitativi

# Applicare la psicologia dei nuovi media: strumenti e metodi

---

A seconda del **livello di analisi** e del tipo di **oggetto** considerato – la struttura dell'azione e dell'interazione, le intenzioni e le competenze dei soggetti, le opportunità e i vincoli della situazione, i significati del contesto – sono disponibili una serie di **metodi diversi**, riportati nella tabella nella prossima slide.

# Applicare la psicologia dei nuovi media: strumenti e metodi

<b>Livelli</b>	<b>Cornici</b>	<b>Oggetti</b>	<b>Analisi quantitativa</b>	<b>Analisi qualitativa</b>
<b><u>Contesto</u></b>	<b>Istituzioni, macrogruppi</b>	<b>Storia individuale e condivisa, processi decisionali</b>	<b>Indagini, social network analysis</b>	<b>Interviste, focus group, analisi fonti</b>
<b><u>Situazione</u></b>	<b>Microgruppi, comunità di pratiche, ambiente fisico</b>	<b>Ruoli, regole di comportamento, pratiche</b>	<b>Indagini, social network analysis</b>	<b>Interviste, focus group, storie organizzative</b>
<b><u>Medium</u></b>	<b>Azione, interazione</b>	<b>Intenzioni e comportamenti, competenze, visione del mondo, presenza sociale</b>	<b>Analisi quantitativa dell'azione – interazione, questionari</b>	<b>Analisi quantitativa dell'azione – interazione, osservazione partecipante e non</b>

# Applicare la psicologia dei nuovi media: strumenti e metodi

---

## 1. Formazione a distanza

E' il costruttivismo il quadro di riferimento teorico che sta caratterizzando molte delle nuove esperienze di FAD. Queste le idee condivise:

- La conoscenza è costruita dall'attività del **soggetto**
- È collegata al **contesto** in cui avviene l'apprendimento
- Nasce dalla **collaborazione sociale** e dalla **comunicazione interpersonale**

**I suggerimenti per chi deve sviluppare un corso FAD sono:**

1. Favorire il massimo livello di presenza durante l'interazione
2. Necessità di suscitare nello studente un senso di sfida
3. La capacità di dare un senso ai diversi contenuti presentati

# Applicare la psicologia dei nuovi media: strumenti e metodi

---

## 2. Commercio elettronico

In questo campo, il processo che può portare alla creazione del *servizio* è il seguente:

- **Identificare** i bisogni/intenzioni facendo riferimento a specifiche modalità di utilizzo
- **Identificare** processi che permettono agli utenti di utilizzare il servizio
- **Determinare** le capacità richieste per ciascun processo e confrontarle con quelle presenti nell'utente tipico
- **Sviluppare** un prototipo completo di tutti i processi
- **Verificare** le strategie e le azioni
- **Identificare** difficoltà sperimentate e modificare il prototipo

# Applicare la psicologia dei nuovi media: strumenti e metodi

---

## Messaggio di fondo:

«Un nuovo medium diventa un'opportunità per i propri utenti quando è in grado di permettergli di attuare le proprie intenzioni e di comprendere quelle degli interlocutori»