

Progetto Media-Pedia

Interattività

Possibilità per l'utente o il fruitore di "interagire" con un apparecchio o con un mezzo di comunicazione. Nato per derivazione dall'aggettivo "interattivo", derivato a sua volta da interagire, il termine interattività ha conosciuto grande popolarità (oggi in relativo declino) con lo sviluppo dei cosiddetti *new media* di origine informatica, e ha assunto presso alcuni autori connotazioni in parte ideologiche. Teorici dei media digitali come George Gilder e Nicholas Negroponte hanno sostenuto infatti che l'avvento dell'interattività avrebbe permesso la sostituzione di forme di comunicazione "passivizzante" come quella tipica delle forme tradizionali di "diffusione circolare", in particolare della televisione, con forme di comunicazione pienamente partecipative.

Esiste in effetti una tendenza a rendere maggiormente interattiva ogni forma di comunicazione, tendenza che deriva dalla diffusione generalizzata di terminali (telefoni cellulari e apparecchi televisivi digitali, macchine fotografiche e navigatori satellitari) che sono di fatto dei computer e come tali in grado di elaborare le informazioni che ricevono, dare un *feedback* a chi le ha inviate il quale a sua volta potrà rispondere. Vista anche la diffusione di interfacce che imitano gli aspetti visivi e sonori della comunicazione umana, il rapporto tra esseri umani e macchine si presenta pertanto come sempre più simile alla conversazione interpersonale.

Va ricordato però che, al di là di questo processo di fondo, il concetto di interattività è in sé piuttosto ambiguo, in quanto è stato usato negli anni in accezioni molto diverse tra loro. La studiosa americana C. Heeter ne ha distinte, alla fine degli anni Ottanta, ben sei:

a. L'"interattività di selezione", ovvero l'ampliamento della varietà delle scelte a disposizione: in quest'accezione si definiscono interattivi i media che consentono al fruitore un maggiore livello di intervento sul terreno della scelta, rispetto ai media tradizionali: la televisione satellitare risulta così più "interattiva" di quella tradizionale, il lettore di DVD del televisore puro e semplice;

b. L'interattività intesa come intervento richiesto al fruitore: in questa definizione un medium appare tanto più interattivo in quanto più impegna il fruitore e piega il messaggio alle sue scelte soggettive: in questo senso il giocare a un videogame è più interattivo del puro e semplice ascoltare o seguire uno spettacolo;

c. L'interattività come interfaccia antropomorfa, ovvero la già ricordata capacità che ha un sistema di simulare la conversazione e lo scambio comunicativo umano; in questo senso, sono

Progetto Media-Pedia

interattivi sistemi come le segreterie a risposta automatica o perfino i terminali di pagamento che rispondono con una voce “umana” al versamento di denaro;

d. La possibilità di “monitorare”, cioè di sottoporre a osservazione sistematica, gli usi del mezzo, e la sistematica registrazione del feedback: sono interattivi in questo senso tutti i sistemi che raccolgono in diretta le risposte dei lettori o degli spettatori a un quesito posto da un medium come televisione, giornale *on line*, radio;

e. La possibilità che viene offerta all’utente di aggiungere proprie informazioni da mettere a disposizione di un pubblico: è l’interattività relativamente antica del telefonare all’emittente radiofonica o televisiva, o quella più recente dei forum telematici;

f. L’interattività come supporto all’interazione, ovvero l’offerta di strumenti per la comunicazione interpersonale: è il caso ad esempio della videoconferenza via Internet.

La classificazione della studiosa americana permette di distinguere diversi fenomeni attualmente in corso, che spesso vengono confusi tra loro, e di discernere un’interattività che riguarda il rapporto con media relativamente tradizionali (possiamo farvi rientrare i tipi a, d, e), una che riguarda il rapporto con le nuove macchine (i tipi b e c), una che potenzia le relazioni tra esseri umani. Si presenta quindi da un lato come un utile strumento per la critica di alcune semplificazioni correnti nella letteratura sull’innovazione dall’altro come una via per la riflessione più approfondita sui processi di cambiamento.

Bibliografia

- Carrie Heeter, 1989. *Implications of new interactive technologies for conceptualizing communication*, in **Media use in the information age**, a cura di J. L. Salvaggio and J. Bryant, Erlbaum, Hillsdale, 1989
- Alessandro Zinna, **Le interfacce degli oggetti di scrittura: teoria del linguaggio e ipertesti**, Meltemi, Roma, 2004
- Nicholas Negroponte, **Essere digitali**, Sperling & Kupfer, Milano, 1995