



Analisi e progettazione ipermediale



Docenti | Paolo Paolini, Davide Bolchini

[Indice](#)
[L'information Architecture](#)
[Pagine e strutture](#)
[Introduzione a IDMLa progettazione logica](#)
[Che cos'è l'Information Architecture](#) | [Gli elementi dell'Information Architecture: la homepage](#)

Che cos'è l'Information Architecture

Information architecture (it. architettura dell'informazione) è un termine coniato e diffuso a partire dagli anni '90 per indicare una nuova professione: l'architetto dell'informazione è colui che sa dare "forma" appropriata ad un contenuto nel momento in cui esso deve essere comunicato attraverso delle tecnologie (o dei media, più in generale).

Quando dobbiamo comunicare una quantità di contenuti significativa attraverso un canale (pensiamo ad un sito web, al cellulare, o all'iPod), il contenuto deve essere strutturato in modo adeguato alle caratteristiche del canale e alle esigenze del lettore.

Quante volte ci è capitato di navigare in un sito web, trovare una pagina con un titolo interessante ed essere costretti a leggere tutto il fitto testo della pagina per parecchio tempo (magari "scrollando" la pagina per decine di schermate), per poi scoprire dopo minuti di lettura estenuante che in realtà la pagina parlava di tutt'altro?

Quante volte ci è capitato di cercare invano una canzone che eravamo sicuri di aver caricato sull'iPod semplicemente perché non ci ricordiamo sotto quale "playlist" l'abbiamo salvata?

Un professionista di information architecture potrebbe risolvere molti di questi problemi di fruizione (magari suddividendo meglio il contenuto delle pagine web, oppure organizzando in modo più funzionale le playlist), offrendo una organizzazione dei contenuti più adeguata alle esigenze del lettore.

Questi due esempi ci fanno capire che l'information architecture – cioè il modo in cui i contenuti sono organizzati e strutturati per il lettore – è strettamente connessa alla qualità dell'esperienza d'uso, alla facilità d'uso o, in termini più precisi, all' "usabilità" della comunicazione interattiva.

Il fulcro dell'attività dell'information architect è quindi quello di saper strutturare il contenuto in parti "gestibili" in modo efficace dal fruitore in modo da offrire una esperienza di uso adeguata e soddisfacente.

Benché il termine information architecture sia entrato nell'uso comune solo recentemente con la diffusione degli strumenti di comunicazione interattiva (siti web, applicazioni mobili, palmare, lettori musicali), il concetto è in realtà sempre esistito - in modo implicito - anche in relazione ai media tradizionali (teatro, cinema, radio, televisione, libri o giornali).

Nella progettazione dell'architettura dell'informazione di tutti questi media possiamo riflettere su 3 domande importanti che l'information architect si pone:

1) Qual è l'unità di fruizione? O, in altri termini, quanto è grande il “pezzo” di informazione, il “mattoncino”, che compone il contenuto nel suo insieme? Per i siti web è una “pagina web”, per il libro è una “pagina”, per l'iPod è una canzone, per il teatro è una scena, per il cinema potrebbe essere una sequenza, per il giornale una pagina, ecc.

2) Quante unità devo gestire? È ben diverso progettare la struttura di un sito con 20 pagine, dalla struttura di un sito web di 100.000 pagine. Un film tipicamente non è più lungo di 2-3 ore al massimo, un libro non è più lungo di 1.000-2.000 pagine.... Il numero delle unità di fruizione è cruciale per determinare la complessità della struttura della comunicazione, il tempo di fruizione, o i generi stessi della comunicazione.

3) Come organizzare tali unità in relazione all'esperienza di uso che desidero offrire? Per esperienza d'uso intendiamo ciò che l'utente vuol poter fare con le informazioni, come vuole manipolarle, leggerle, cercarle, etc. Alcune modalità “meccaniche” di fruizione sono già date dal formato stesso del medium della comunicazione: un libro richiede di essere letto “sfogliando” le pagine, un sito web navigando tra pagine seguendo link, un film lasciandosi trasportare dalla sequenza delle scene, etc. Dati questi vincoli del “canale” scelto, l'information architecture tratta le scelte di strutturazione dei contenuti per uno specifico canale: come organizzo le pagine di un sito web? Come organizzo la struttura dei contenuti di un libro? Come impagino la pagina di un giornale? Queste scelte devono tenere conto del tipo di domanda (o di domande) del lettore, cioè dell'esperienza d'uso, appunto. Possibili esperienze d'uso sono, ad esempio:

- Non so nulla dell'argomento: da dove mi consigli di iniziare? Immaginiamo ad esempio di voler organizzare un weekend con gli amici a San Marino perché consigliati da un amico. Non conoscendo alcunché del posto e non essendoci mai andati, ci aspettiamo di essere guidati – ad esempio da un sito web – nella scelta delle cose interessanti da vedere, nei posti di divertimento, etc.
- Non ho tempo di leggere tutto. Potresti farmi una sintesi?
- Prima di scegliere di ascoltare tutto, vorrei capire se mi può interessare. Pensiamo alla possibilità di far ascoltare un brano o pezzi di un brano musicale prima dell'acquisto dell'album.
- So esattamente che cosa sto cercando. Trovamelo. Pensiamo a quando vogliamo scaricare una canzone di cui conosciamo il titolo o l'autore...
- Non ho in mente nulla di specifico, proviamo ad esplorare e a vedere un po'...
- Questo di cui stiamo parlando non mi interessa, hai qualcosa d'altro?
- Ho 10 minuti di tempo, che cosa posso fare?
- Voglio vedere tutto quello che hai...
- ...

Osserviamo ora alcuni esempi di risultati di scelte di information architecture in diversi media, dal web al giornale o al libro. È chiaro che la scelta di strutturare le informazioni in un modo piuttosto che in un altro ha lo scopo di rispondere a diverse “domande” del lettore, che descrivono cioè diverse esperienze d'uso, e che le soluzioni di information architecture si consolidano con il tempo in “generi” (i siti web hanno generi diversi, il mondo della carta stampata ha i suoi generi di giornali, il teatro ha i suoi generi teatrali, etc.), che dipendono dal tipo di media, dal tipo di contenuto, e dalle esigenze e abitudini dei fruitori.

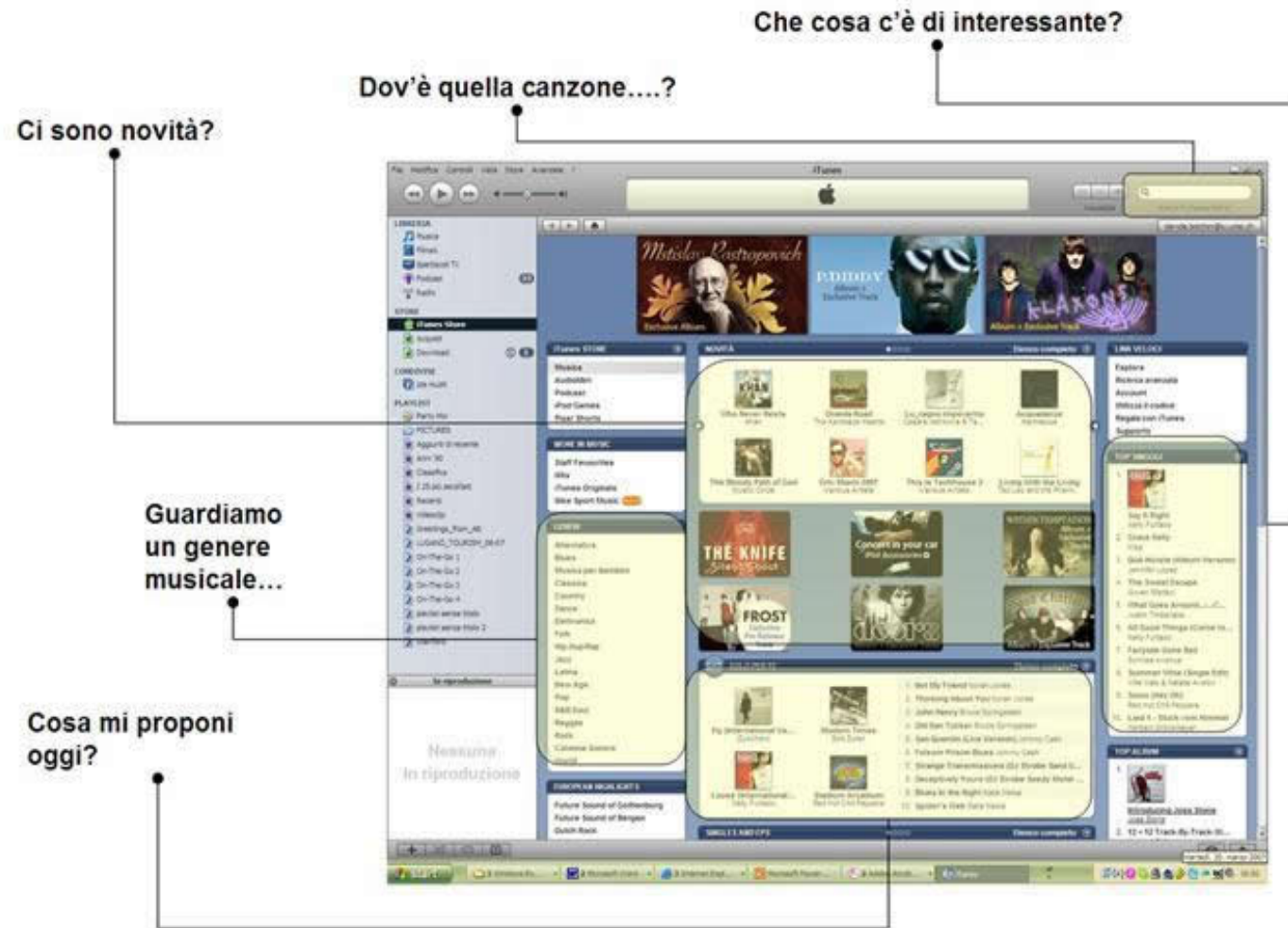


Figura 1. iTunes Store: un sito web molto strutturato ha un information architecture che permette di rispondere ad alcune domande del lettore attraverso una struttura a più livelli di approfondimento (anticipazione degli argomenti con possibilità di approfondire i dettagli).



• Cosa DEVO sapere di ciò che è successo oggi?

• Posso avere un commento sull'accaduto?

• Quali sono le reazioni sull'evento del giorno?

Figura 2. La pagina di un giornale. In modo analogo al sito web (ma in tutt'altro formato e medium) l'information architecture della pagina di giornale risponde a delle precise domande del lettore.

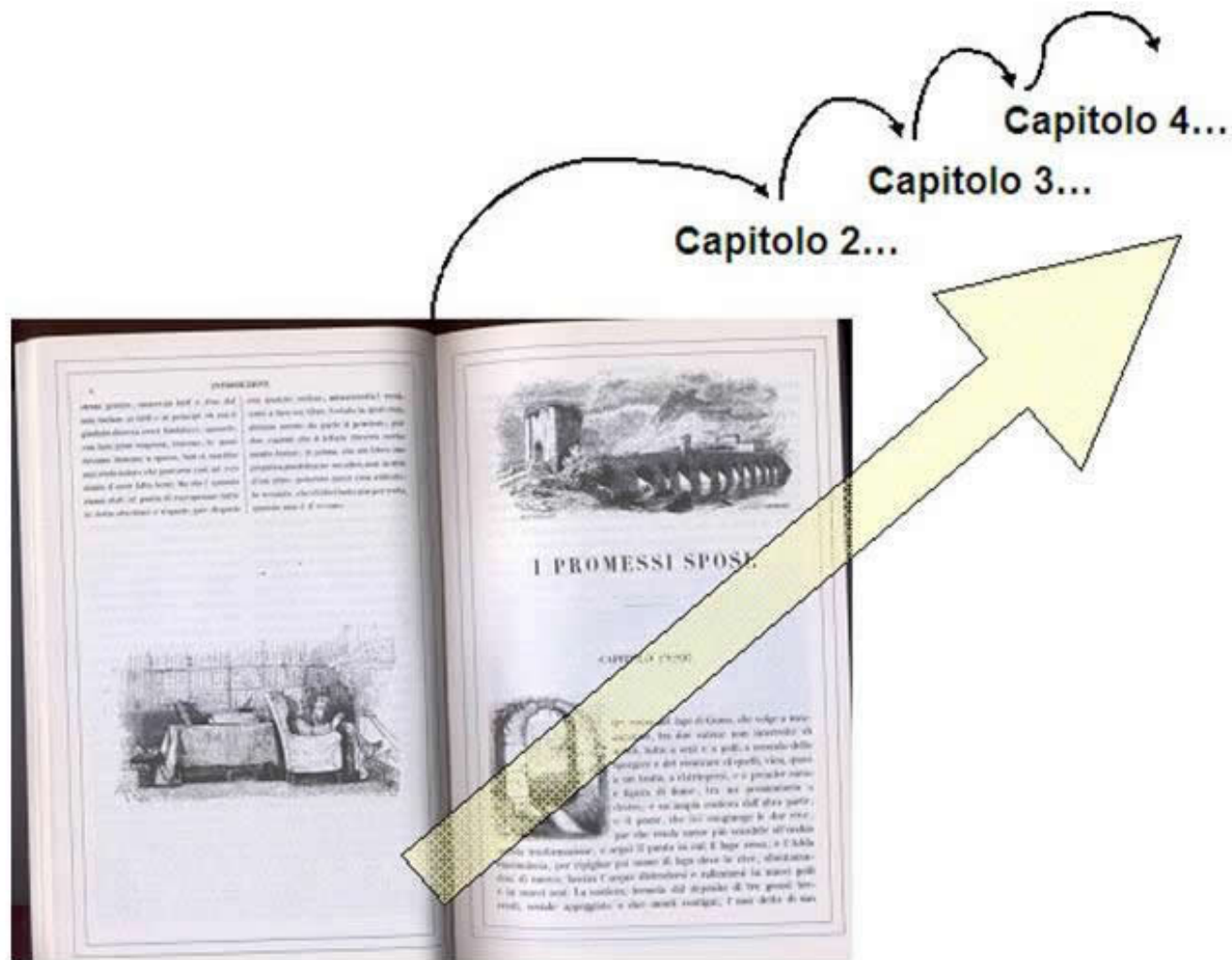


Figura 3. L'information architecture di un libro del genere "romanzo" è strettamente lineare e si presta ad una lettura sequenziale. Ci si aspetta che il lettore ne fruisca tendenzialmente in modo lineare, leggendo il capitolo 1, poi il capitolo 2, poi il capitolo 3 e così via.

Copyrighted Material		Contenuto	321
CHAPTER 11	Surveys		303
	When to Conduct Surveys		304
	How to Field a Survey		305
	How to Analyze Survey Responses		340
	Follow-Up and Ongoing Research		357
CHAPTER 12	Ongoing Relationship		367
	Background		368
	Diaries		369
	Advisory Boards		385
	Beta Testing		391
	Telescoping		393
	Taking the Longer View		393
CHAPTER 13	Log Files and Customer Support		395
	The Customer Support Process		396
	Collecting Comments		397
	Reading Comments		398
	Organize and Analyze Them		399
	Log Files and What's Not		403
	Logs and Cookies		406
	Some Useful Metrics		409
	Extracting Knowledge from Data		414
CHAPTER 14	Competitive Research		419
	When Competitive Research is Effective		420
	Competitive Research Methods		421
	Analyzing Competitive Research		431
	Acting on Competitive Research		433
	Example: A Quick Evaluation of ZDNet		434
CHAPTER 15	Others' Hard Work: Published Information and Consultants		439
	Acquiring Information		440
	Market Spectacles		445
CHAPTER 16	Researching Techniques		459
	Variations on Techniques		459
	Combining		469
Copyrighted Material			

... Mi serve sapere come analizzare i "file di log"...

... Devo cercare uno specialista di information architecture

Figura 4. L'information architecture di un libro del genere "manuale" si presta ad una lettura "puntuale" (diversamente dal romanzo). Se sono interessato ad un argomento specifico, scelgo e leggo in modo isolato quell'argomento, indipendentemente dal resto del testo.

Qualunque sia l'information architecture scelta, essa è cruciale per la qualità dell'esperienza d'uso complessiva del lettore. L'information architecture, infatti, assolve un compito fondamentale per garantire una esperienza d'uso di qualità, nella quale la struttura delle informazioni deve essere semplice da comprendere e da usare, invitante, piacevole, e deve consentire al lettore di svolgere i propri compiti (cioè rispondere alle proprie domande) in un accettabile lasso di tempo. Come vedremo, esistono diversi stili o tipi di information architecture, che esploreremo in questo corso, tra cui l'information architecture lineare (dove l'utente può andare solo avanti e indietro nella struttura delle informazioni, come nel libro), l'information architecture gerarchica, e quella ipertestuale, che verranno entrambe presentate in seguito.



Analisi e progettazione ipermediale

POLITECNICO
DI MILANO

Docenti | Paolo Paolini, Davide Bolchini

[Indice](#)
[L'information Architecture](#)
[Pagine e strutture](#)
[Introduzione a IDMLa progettazione logica](#)

Che cos'è l'Information Architecture | Gli elementi dell'Information Architecture: la "Homepage"

Gli elementi dell'Information Architecture: la "Homepage"

L'information architecture di un'applicazione elettronica interattiva è la struttura dei contenuti definita ai fini della fruizione. Il primo elemento importante di un information architecture (il primo in ordine di fruizione da parte dell'utente) è la pagina iniziale, detta *homepage*.

La homepage è il primo elemento in ordine temporale con cui il lettore si trova confrontato nell'approcciare un applicazione interattiva (ad esempio un sito web).

Nel caso di un sito web, la homepage è appunto la pagina iniziale. Nel caso di un'applicazione su CDrom o su DVD, è la schermata con il "menù principale". Se cambiamo medium, nel caso di un libro, essa si identifica con la copertina; nel caso di un film, si tratta dei titoli iniziali (corredati da musica introduttiva).

Ogni information architecture ha un punto di attacco, di inizio previsto dal progettista ■ per la fruizione e questo punto è identificato in ciò che chiamiamo "homepage".

La homepage di un'applicazione interattiva è un elemento chiave dell'information architecture e può svolgere contemporaneamente diversi ruoli.

1. **Ruolo di "copertina".** La homepage svolge un ruolo analogo a quello della copertina di un libro. La copertina permette di identificare l'oggetto di cui si parla (il libro o il sito web in questo caso) e di indicare un certo tono o stile per la comunicazione che si andrà a svolgere durante la fruizione. La homepage cioè rappresenta il biglietto da visita per il visitatore. E il ruolo di copertina comporta la comunicazione di un messaggio chiaro che permetta al lettore di identificare l'artefatto comunicativo (che cosa è? di che genere è? di cosa parla?). Nel caso del sito web questa funzione è molto importante soprattutto per chi visita per la prima volta l'applicazione e si aspetta che l'homepage indichi il "tono" della comunicazione, oltre a rispondere alle seguenti domande: di quale sito si tratta? Chi ci sta dietro (cioè, da chi è gestito, promosso, mantenuto)? Qual è lo scopo o la natura dell'applicazione (vendere, informare, insegnare, promuovere,

creare comunità)?

2. **Ruolo di “indice”.** Diversamente dalla copertina di un libro, che si limita a comunicare l'identità e lo stile della comunicazione (o semmai primariamente della collana o casa editrice piuttosto che del singolo volume), l'homepage non solo presenta l'applicazione ma permette al contempo di accedere ai contenuti dell'applicazione (attraverso link e gruppi di link), cioè di addentrarsi nella navigazione e nell'esplorazione delle informazioni messe a disposizione ed organizzate secondo un disegno, cioè, appunto, una information architecture. Offrire l'indice dei contenuti significa non solamente “elencare” ciò di cui si può parlare, ma anche comunicarne la loro relativa importanza o priorità (attraverso appropriati raggruppamenti e con l'uso degli elementi grafici, come i colori, le dimensioni, la disposizione sulla pagina, etc.). Questo ruolo di “indice” dei contenuti è di fondamentale importanza per le applicazioni interattive perché senza un opportuno accesso alle diverse parti dell'applicazione a partire dall'homepage, il lettore non avrebbe modo di proseguire la propria esperienza di fruizione. La meccanica di fruizione offerta dal libro (non elettronica, appunto, ma cartacea) permette di assegnare la funzione di indice ad una pagina apposita (il “sommario” del libro). Non avrebbe infatti senso o sarebbe inutile sprecare la copertina per inserirvi l'indice quando basta semplicemente voltare pagina per trovarlo. Nelle applicazioni interattive la dinamica è diversa. Tipicamente, oggi si tende a condensare nell'homepage sia la funzione di presentazione che la funzione di indice. L'interesse primario dell'utente è la fruizione dei contenuti (accessibili dall'indice) e quindi sarebbe noioso e frustrante trovarsi di fronte - ad ogni visita del sito - ad una pagina che svolga solo il ruolo di copertina, e quindi dover “cliccare” per accedere finalmente al contenuto dell'applicazione. Tuttavia, nel periodo di giovinezza del web, l'information architecture di molti siti prevedeva una pagina di pura copertina (con animazioni flash, molta grafica) con lo scopo di comunicare con ricche emozioni lo stile e il tono della comunicazione. L'utente doveva superare questa pagina (detta “splash-page”) per accedere alla pagina che gli permettesse di accedere ai contenuti. Con il passare degli anni, ponendo maggiore attenzione alle esigenze degli utenti (che sono primariamente interessati alla fruizione dei contenuti e dei servizi offerti) tale soluzione è stata progressivamente abbandonata per lasciare il posto alle homepage moderne, che combinano il ruolo di copertina con il ruolo di indice di contenuti.
3. **Ruolo di “invito”:** quando non siamo sicuri di essere nel posto giusto, è un sollievo trovare qualcuno che ci saluti, ci spieghi dove siamo, ci prenda per mano e ci inviti a seguirlo. La homepage può svolgere anche questo ruolo di (più o meno) discreto e persuasivo invito ad addentrarci nell'applicazione, a proseguire nel nostro percorso, senza lasciarci vincere dalla prima (apparente) insoddisfazione o insicurezza (sarà il sito che fa per me? Sarà interessante? Ci sarà qualche cosa per me qui?). Diversi elementi (immagini, slogan, testi, nomi di link,...) possono contribuire a questa funzione persuasiva. Ciò che è importante comunicare è il messaggio complessivo che deve essere percepito: “entra pure, sei il benvenuto: questo è il posto per te, non perdere questa opportunità di scoprire qualche cosa di veramente interessante”. Nella information architecture di un libro, questo ruolo può essere svolto dall'invito alla lettura (dopo o prima dell'indice) o da alcuni frasi riassuntive sul retro di copertina. Nelle applicazioni elettroniche tutte queste funzioni sono condensate nell'homepage, che diventa quindi un elemento di natura sempre più complessa ed articolata.
4. **Ruolo di “introduzione”:** spesso l'indice dei contenuti può risultare piuttosto arido e poco esplicativo del contenuto della ricchezza di contenuto che si può trovare nell'applicazione. Per questo, l'homepage spesso svolge anche un ruolo introduttivo al contenuto, spiegando cioè quali contenuti si potranno trovare nell'applicazione, indicando perché e a chi potrebbero essere utili. In sintesi, il messaggio introduttivo che deve passare è: “qui si parla di....”.
5. **Ruolo di “anticipazione”:** l'homepage deve essere rappresentativa della qualità dell'applicazione nel suo complesso. Soprattutto in applicazioni complesse, non possiamo permetterci di aspettare che l'utente scopra che l'applicazione è effettivamente interessante solo dopo un quarto d'ora di navigazione, perché è quasi impossibile che un utente voglia navigare per più di 30 secondi senza trovare qualche cosa di utile e rispondente alle proprie aspettative. Per questo l'homepage è in grado di anticipare il “sapore” dei contenuti, mettendo il lettore nelle condizioni di farsi un'idea di che cosa potrebbe aspettarsi dall'applicazione. Anticipare in homepage contenuti di qualità (ad esempio, la migliore immagine a disposizione) permette di mostrare un esempio di ciò che si potrà offrire, di ciò che verrà. È come offrire un ottimo aperitivo: invita a restare e suscita grandi aspettative per la cena che ci si appresta a consumare (e che ci si augura sia all'altezza...). Questo ruolo di anticipazione del contenuto è sfruttato anche nei momenti in cui la homepage è usata come veicolo per mettere in evidenza alcuni contenuti o servizi su cui si vuole attrarre l'attenzione del lettore.

I diversi ruoli descritti (copertina, indice, invito, introduzione, anticipazione) sono spesso compresenti, ma assumono diversa importanza ed enfasi a seconda dello stile della comunicazione che si vuole comunicare, della natura dell'applicazione e del tipo di utente a cui si rivolge il sito web.

Vediamo ora un esempio di homepage. La homepage di "My Switzerland" rappresenta la porta di ingresso al sito ufficiale della promozione del turismo svizzero nel mondo.

HOME VIAGGIARE ALLOGGI SULLA SVIZZERA DESTINAZIONI OFFERTE MEETINGS

Inverno Estate Città UEFA EURO 2008™ Come Arrivare Prospetti Partner Ufficiali Contatti

MySwitzerland.com

RICERCA >>

Svizzera. semplicemente naturale.

1 2 3 4 5 6 7

PRENOTAZIONE ALBERGO

Lasciati consigliare da noi (n. verde): 00800 100 200 30

Località:

Arrivo: 29 mar

Partenza: 30 mar

CERCA ALBERGO >>

CASE DI VACANZE

1 portale
20'000 case di vacanze.

TROVA >>

Attualità

» Da non perdere
Attualità in Svizzera.

» Eventi e Manifestazioni
Le più importanti delle prossime settimane.

EVENTI & NOVITÀ >>

BOLLETTINO DELLA NEVE

Altezza neve e impianti aperti...

PIÙ >>

Notizie di prima mano!
Iscriviti alla nostra newsletter!

CITTÀ SVIZZERE

» Città Offerte

» Città da vivere: Shopping

METEO

SERVIZIO

Cerca e trova

» Cerca la destinazione



Figura 5. La homepage di myschitzerland.com (www.myschitzerland.com).

Il ruolo di copertina è assolto dagli elementi di identificazione (logo myschitzerland), mentre il ruolo di indice è svolto dalle voci principali “viaggiare”, “alloggi”, “sulla Svizzera”, etc.

Poca attenzione è stata dedicata alla funzione introduttiva (di cosa parla il sito? Che scopo ha? perché potrebbe essere interessante?), mentre è molto curata la funzione di invito – slideshow di immagini dei paesaggi svizzeri - e di anticipazione (messa in evidenza di contenuti promozionali, cosa da non perdere, etc.).