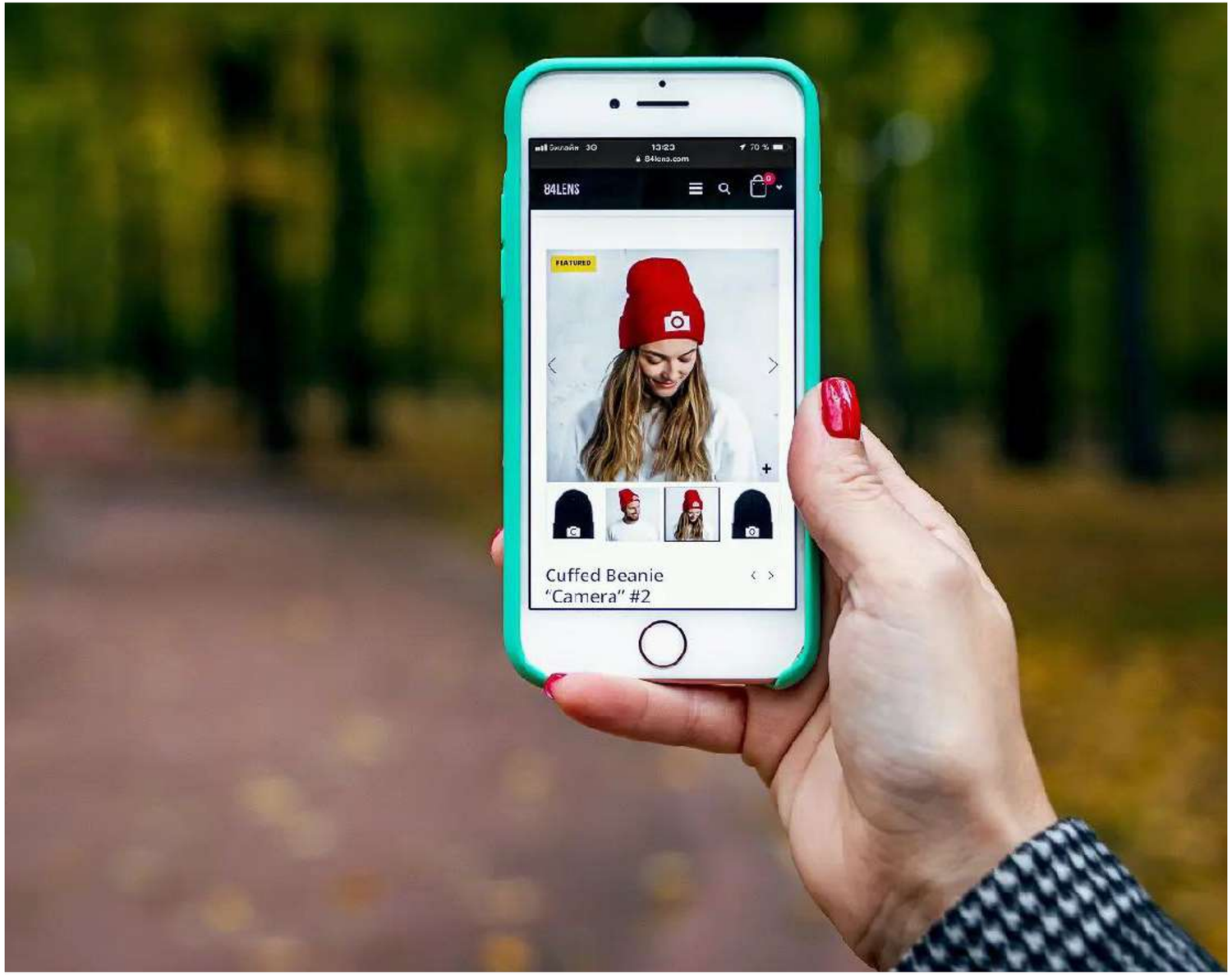
TOR VERGATA
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA

Psicologia degli Ambienti Digitali

Sessione 2.1: Percezione

Mattia Della Rocca, PhD


84LENS
FEATURED
Cuffed Beanie
"Camera" #2

Teoria del carico cognitivo

Miller, 1956 e Sweller, 1988

- Il **carico cognitivo** è lo sforzo mentale compiuto dalla memoria di lavoro per elaborare le informazioni e completare i compiti, e ha una **capacità limitata**.

- Il carico cognitivo è influenzato dalla complessità innata del compito (**carico intrinseco**) e dal modo in cui le informazioni vengono presentate (**carico estrinseco**), a cui si deve aggiungere lo sforzo messo dal soggetto nel costruire rappresentazioni stabili e durature del compito (**carico germano**).

$(2x3)+3=$

$2x3+3=?$

$3^2=?$

$2^3+(6/4)-\frac{1}{2}=?$

People often ask me:
“What’s the most important thing I should do if I want to make sure my Web site is easy to use?”
The answer is simple.
It’s not “Nothing important should ever be more than two clicks away,” or “Speak the user’s language,” or even “Be consistent.”
It’s...
“Don’t make me think!”

Steve Krug (2006), p.11

Donald Norman

(1935 - vivente)

- Psicologo cognitivo e designer, è considerato uno dei padri della *User Experience* (UX).
- Autore del celebre libro *The Psychology of Everyday Things* (1988), ha mostrato come il design debba adattarsi ai bisogni cognitivi e percettivi delle persone.
- Norman ha introdotto concetti chiave come affordance digitale e usabilità, sottolineando che un buon design riduce gli errori e rende le tecnologie intuitive e accessibili.
- Norman è anche uno dei sostenitori più accesi dell' *ubiqutuos computing*

Affordance digitali

Norman, 1988; 1999

Modelli concettuali
(*conceptual models*)

Affordance (*affordances*) → [**reali** e **percepite**]

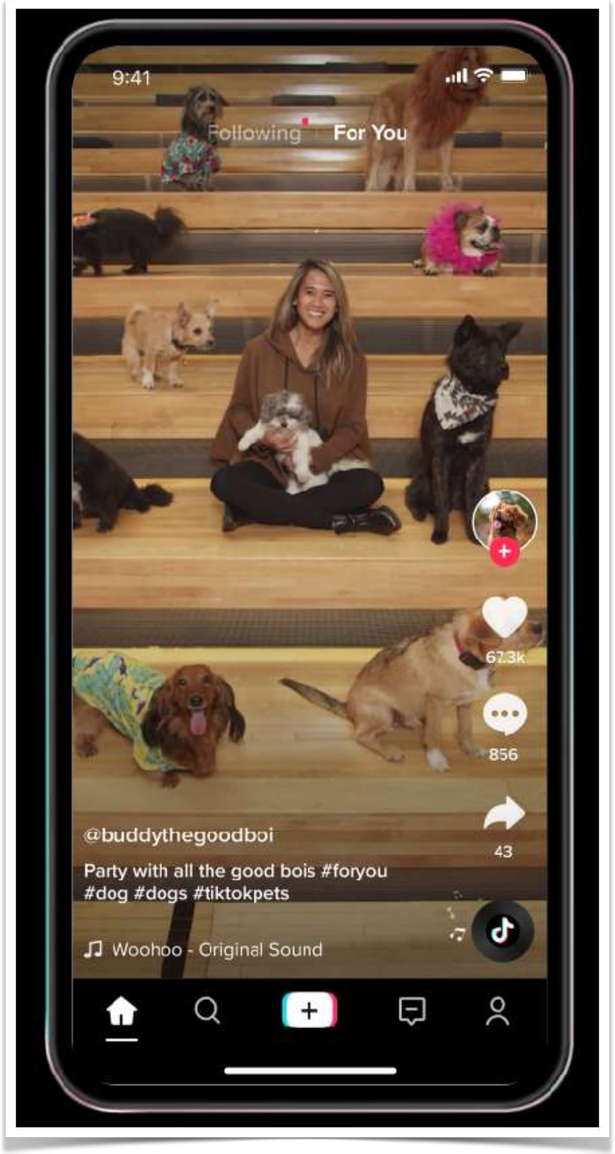
Vincoli (*constraints*) → [**fisici**, **logici** e **culturali**]

Modelli concettuali

- Un modello concettuale è la **rappresentazione** di un sistema, costituita da una serie di concetti utilizzati per aiutare le persone a comprendere e simulare un processo rappresentato dal modello.

- Norman ha definito i modelli concettuali come «simulazioni mentali di dispositivi che consentono agli utenti di valutare le modalità di funzionamento e i possibili utilizzi» (Norman, 1988, p. 46).

- Si tratta di descrizioni di **alto livello** del funzionamento e dell'organizzazione di un sistema/processo.



Affordance digitali

- **Reali**: affordance nel senso gibsoniano del termine, sempre presenti negli ambienti naturali (**senza però coincidere necessariamente con quelle percepite**).

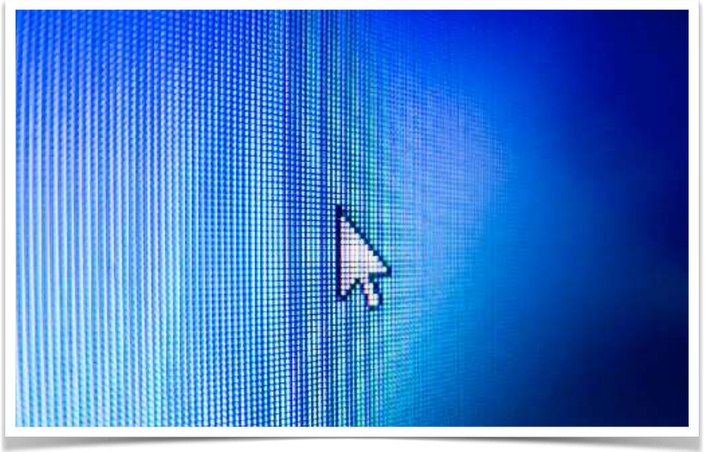
- **Percepite**: sono le affordance che l'utente percepisce per mezzo di **feedback sensoriali** che fanno da **segnaposto** alle affordance reali. Le affordance percepite sono le uniche realmente importanti negli ambienti digitali, perché **l'utente si rivolge cognitivamente a esse**, e le manipola attraverso altre affordance (*reali*) che però sono di norma **sottovalutate a livello percettivo**.

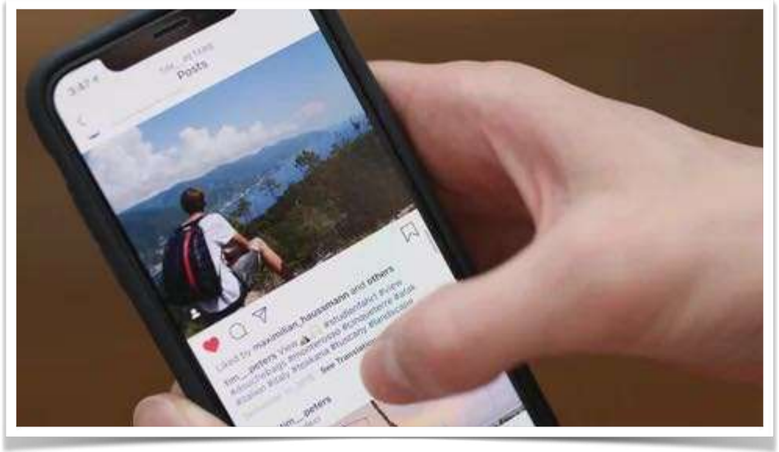
Vincoli

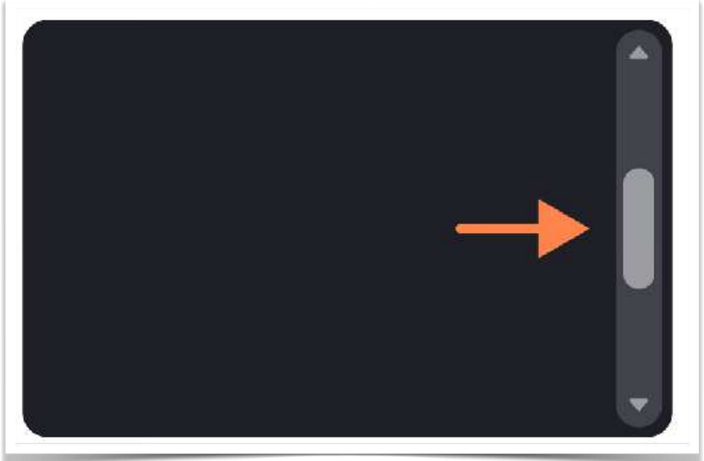
- **Fisici**: sono strettamente legati alle affordance digitali e si riferiscono ai limiti “fattuali” dell’interfaccia.

- **Logici**: sono vincoli che utilizzano la cognizione dell’utente per determinare le possibili alternative d’azione.

- **Culturali**: sono convenzioni culturali condivise da un gruppo più o meno vasto di utenti, che suggeriscono o sconsigliano una certa interazione.







Caso di studio: la percezione di Sé negli ambienti digitali

L’effetto Proteo
(Yee e Bailenson, 2007)

- L’**effetto Proteo** (Proteus effect) indica la tendenza degli individui a **modellare comportamento, atteggiamenti e auto-percezione** in base alle caratteristiche del proprio **avatar o identità digitale**, con effetti che possono estendersi anche fuori dall’ambiente virtuale.

- Coniato da Nick Yee e Jeremy Bailenson alla fine della prima decade del XXI secolo, il termine prende il nome da **Proteo**, divinità del Pantheon greco in grado di cambiare forma a piacimento.

- Yee e Bailenson condussero esperimenti in cui ai partecipanti venivano assegnati **avatar con caratteristiche diverse** (ad esempio, avatar più alti o più bassi, oppure più attraenti vs. meno attraenti) in un ambiente virtuale, e osservarono differenze sistematiche nel modo di interagire.

- I risultati mostrarono che gli utenti tendevano **inconsciamente a conformare il proprio comportamento** agli **stereotipi** legati all'aspetto del loro avatar.

NOTHING SUITS ME LIKE AN AVATAR

CARATTERISTICHE DEGLI AVATAR

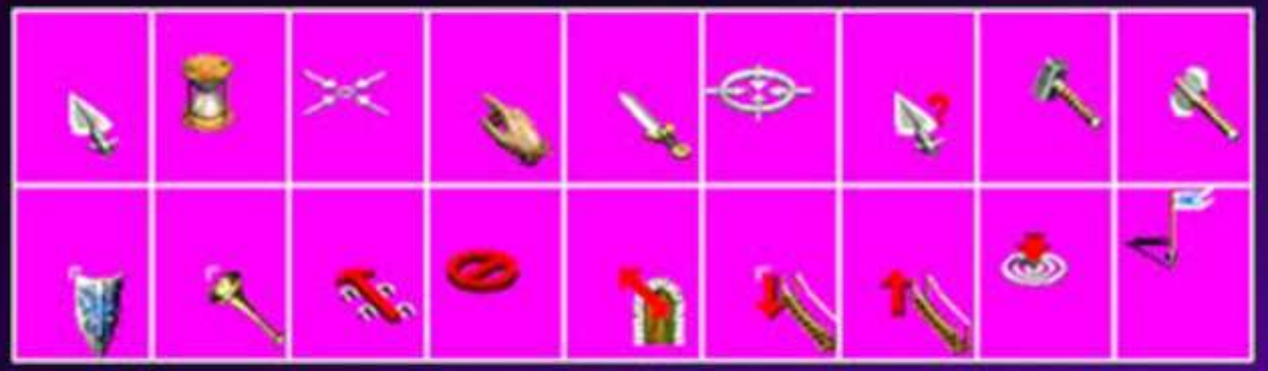
- *Game Ego – U. Wilhelmsson*
- *Prostethic Telepresence – R. Klevjer*
- *Lost Object – B. Rehak*

CARATTERISTICHE DEGLI AVATAR

AGENCY & LIKENESS

TIPOLOGIE DI AVATAR

Cursori



TIPOLOGIE DI AVATAR
Avatar 2D

TIPOLOGIE DI AVATAR

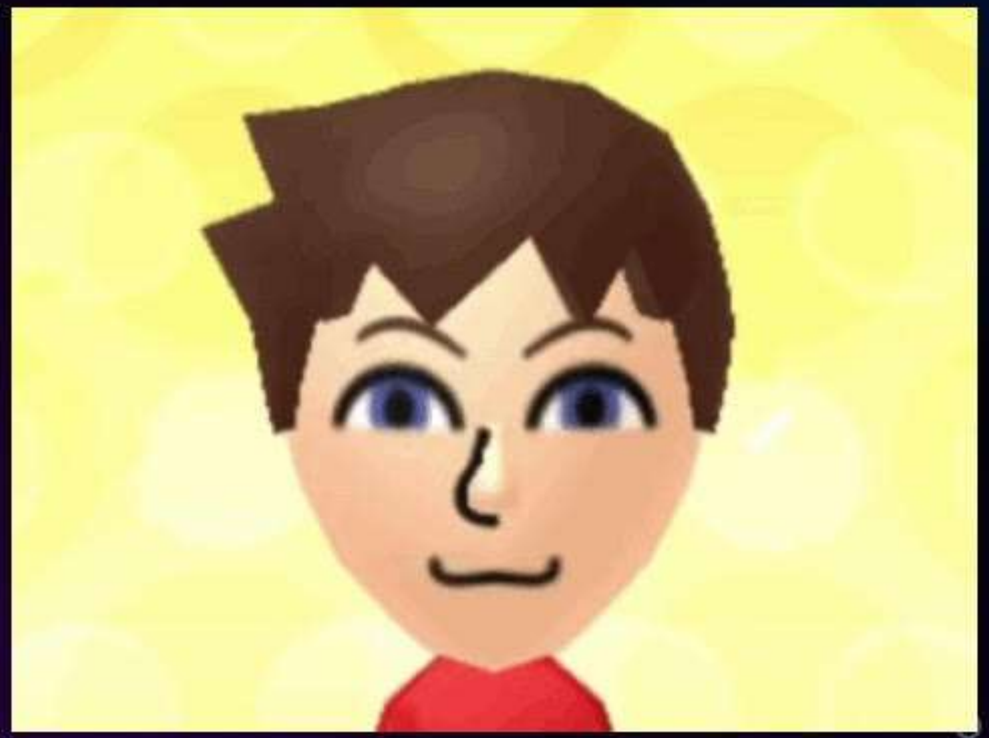
Avatar 3D

TIPOLOGIE DI AVATAR

Avatar VR

TIPOLOGIE DI AVATAR

Mii



PERCHÉ SI SCEGLIE UN AVATAR

- Interazioni sociali
- Interazione con l'ambiente di gioco
- Questioni identitarie

PER APPROFONDIRE

Turkle, S. (1995). Life on the Screen.

Rheingold, H. (2000). The Virtual Community.

Bartle, R. A. (2003). Designing Virtual Worlds.

Yee, N., & Bailenson, J. (2007). The Proteus Effect: The Effect of Transformed Self-Representation on Behavior.

insert coin