

# La scrittura ipertestuale

Javier Díaz Noci  
Università del Paese Basco (Spagna)

## Introduzione

Prima di tutto, vorrei fare una precisazione concettuale sul titolo di questa conferenza: la scrittura ipertestuale, o, se vogliamo, *la scrittura digitale*. So con sicurezza che non è la terminologia più adeguata, però è la più conosciuta. Ho qualche dubbio sulla parola scrittura, se questa è strettamente riferita al testo. Diceva Hobbes, "l'uso del linguaggio consiste nel trasferire il nostro discorso mentale ad un discorso verbale, o la nostra catena di pensieri ad una catena di parole", se la scrittura è soltanto "una sequenza o una successione da un pensiero all'altro", chiaramente l'ipertesto supera le limitazioni della scrittura popolarizzata dalla stampa, perché, soprattutto, non è lineare. Almeno, non è unilineare. Inoltre, il discorso ipertestuale, quello che per esempio si trova ogni giorno in Internet, non è composto – ogni volta meno - di solo testo, ma anche di immagini, di suoni, di database e di motori di ricerca... dunque, credo che non sia possibile, nemmeno totalmente corretto nel foro accademico, parlare di testo. Forse sarebbe meglio definire questo tema che oggi vogliamo spiegare come "la costruzione del discorso ipertestuale", anche sia un termine un po' lungo.

La parola digitale mi sembra anche un po' inadeguata. E' certo che tutta l'informazione che si trova nella Rete è digitale, composta da uno e zeri; ma non credo che sia questa la caratteristica che più definisce il prodotto che esamineremo qui. Anche la radio o la televisione possono essere digitali; però, chiaramente, non sono ipertestuali, non sono multimediali e, pertanto, non sono ipermediali. Questo sarebbe, comunque, è mia opinione, il termine più importante dei prodotti informativi che possiamo oggi scaricare da Internet, e lo sarà sempre di più nel futuro, sempre che le promesse di disporre di servizi veramente capaci di trasportare informazione audiovisiva siano presto una realtà. Credo che non manchi molto per vedere questo nostro desiderio compiuto.

Possiamo senz'altro definire il tema della nostra conferenza di oggi come la costruzione del discorso multimediale, e specialmente quello del giornalismo - in questa Facoltà io stesso insegno *newswriting*-, soprattutto le nuove strutture. La conferenza, che si svilupperà in due ore, si dividerà in due temi complementari, il primo, che ho chiamato "popolarmente" La scrittura ipertestuale o La scrittura digitale, ed il secondo, nel quale parlerò dell'architettura dell'informazione, ovviamente informazione ipermediale.

## Caratteristiche dell'informazione ipermediale

Queste sono, come sicuramente sapete, le più importanti caratteristiche del discorso ipermediale:

- 1) Ipertestuale: Ci sono due definizioni del ipertesto che vorrei menzionarvi:
  - a. La, diciamo, fondamentale, proposta da Ted Nelson nel 1965 basandosi sulla precedente machina concettuale chiamata Memex da Vannevar Bush (1945): 'Ipertesto è la scrittura non sequenziale. La scrittura tradizionale è sequenziale per due ragioni: la prima, perché deriva dal discorso parlato, che è sequenziale, e la seconda, perché i libri sono scritti per leggersi in modo sequenziale (...). Però, le strutture delle idee non sono sequenziali. Sono ricollegate in diverse direzione. E quando scriviamo sempre riusciamo a collegare cose in forma non sequenziale. Questo è una rottura chiara con quel concetto di Hobbes, e di tutta l'importanza delle associazioni d'idee, supposto che la mente umana funzioni così.
  - b. Più semplice è quest'altra definizione del inventore della World Wide Web, Tim Berners-Lee: "l'Ipertesto è un'informazione leggibile dagli uomini vincolata a se stessa in modo non obbligatorio". In questa definizione l'accento si mette sulla libertà dell'utente per scegliere la via che preferisce tra quelle proposte dall'autore, se volete relativo, per il suo lavoro dev'essere completato dal lettore poiché è tuttavia aperto. Un'altra cosa deve essere tenuta presente: che i bambini (più che le bambine, un'altro fattore forse importante) giocano colla gameboy, e pertanto assimilano l'informazione in modo diverso da quello cartaceo: qualsiasi ragazzo parla in modo naturale di livelli, di percorsi diversi, ed anche di come s'immedesima nel gioco stesso, interpretando il ruolo dei personaggi. Questi bambini saranno presto adulti, o meglio detto, alcuni di loro sono già i lettori dei giornali digitali, e probabilmente stanno chiedendo un altro modo di ricevere l'informazione, diremo -non so se queste parole sono ammesse o corrette, però credo che sia una buona definizione-, più 'immersivo' o 'immedesimante'. Dopo, parleremmo di più di questo argomento, come si può fare per offrire questa qualità che è anche relazionata colla facoltà di scegliere, ridotta in modo tradizionale.
  - c. Gli elementi di un cosiddetto 'iperdocumento' sono fondamentalmente due:
    - i. Il nodo, o blocco d'informazione. I diversi nodi sono collegati tra loro dal link o, come preferisco dire, dal vincolo (o ipervincolo). Il nodo (anche detto 'lessia' se si preferisce una definizione più letterale che tecnica) può essere:

1. Strutturato, quando è completo, e l'utente non può fare niente per modificarlo.
  2. Semi-strutturato, quando l'utente è invitato in qualsiasi modo a completare il nodo.
  3. Composto, quando un'insieme di nodi uniti tra loro formano un blocco che si può vincolare ad un altro nodo o insieme di nodi, ad un altro blocco nodale. Questo è un sistema molto utilizzato dai giornali multimediali: prendono le informazioni dal giornale su supporto cartaceo, pertanto lineari, le frammentano e le ricollegano coi links e dopo le vincolano, come se fossero un piccolo archivio complementare offerto in forma di lista al fine della notizia principale, con altre informazioni anteriori con le quali si è fatto la stessa cosa. Come dopo vedremo, con diversi informazioni in origine lineari –e pensate per la stampa di Hobbes- possiamo riuscire a creare un'informazione multilineare, generalmente ramificata come se fosse un albero. Parleremmo di questa più avanti.
- ii. Il link o, meglio, il vincolo o ipervincolo. Quello che permette l'unione tra i nodi, che gli da coerenza, cosa di cui a bisogno il discorso. I vincoli possono essere:
1. Secondo la destinazione:
    - a. Interni, se collegano nodi o, se preferite, pagine di uno stesso sito web (dunque non usciamo dal nostro prodotto informativo), o esterni, se danno la possibilità di andare ad un altro sito, col pericolo di confondere il lettore o peggio ancora di perderlo. Normalmente, in un prodotto informativo ipertestuale i vincoli interni si offrono in forma di lista finale, ed i vincoli esterni si offrono inseriti (embedded) nello stesso testo, che convenzionalmente diventano quasi universali affinché il lettore sappia che questi link l'indirizzano proprio alle fonti menzionate.
    - b. Connessione tra applicazioni, vincoli che cliccati aprono un'altra applicazione, per esempio un cosiddetto applet Java, un plug-in Flash, o Acrobat Reader per leggere archivi pdf. Normalmente, attivano un plug-in.

- c. Vincoli di relazione unica o multipla, se il vincolo conduce verso un solo nodo o verso un insieme di nodi. Tutto ciò non è ancora possibile in Internet.
- d. Connesso ad una finestra virtuale, che per esempio si apre per mostrare un'informazione complementaria.
- e. Vincoli d'informazione multimediale, quando vincolano testo con un'altra informazione (immagini, suoni...).
- f. Vincoli di movimento, generalmente dentro lo stesso nodo. Questo vuol dire che il nodo è esteso, senza dubbio non è molto conveniente farlo in questo modo. Se si crea un nodo esteso ogni vincolo deve permettere un ritorno, altrimenti l'utente si può perdere. Questo ricorso si usa, per esempio, quando vogliamo riprodurre le note a fine documento.

2. Secondo il proposito, i nodi possono essere:

- a. Strutturali, generalmente gerarchici, e semantici, che offrono la possibilità di relazionare nodi tematici. Si chiamano anche paradigmatici (quando permettono una relazione semantica tra i diversi concetti) e sintagmatici (quando la relazioni è sintattica).
- b. Espliciti ed impliciti. I primi sono decisi sin dall' inizio e hanno uno scopo concreto dentro una struttura definita. I secondi non si usano abitualmente, si possono incontrare quando, per esempio, s'attiva un database.
- c. Unidirezionali e bidirezionali. In Internet tutti i vincoli sono unidirezionali, tutto ciò a scatenato una critica continua all'invenzione di Berners-Lee. In altri sistemi ipertestuali -molti sono soltanto in fase teorica, come lo stesso Xanadu di Ted Nelson- incontriamo vincoli bidirezionali che guidano all'utente verso l'origine.
- d. Piani ed indefiniti: Quando s'attiva un vincolo piano l'utente non sa qual è la destinazione. Non sono, perciò, raccomandati perché producono nell'utente una sensazione di disorientamento.

3. Secondo il percorso, i nodi possono essere sequenziali, che mantengono la struttura argomentativa o espositiva del documento, o non sequenziali, che possono essere vincolati in diversi modi rispondendo a diverse ragioni, e collegano sezioni accessibili senza seguire un ordine predeterminato.
  4. Secondo il grado, parliamo di vincoli 1:1, che collegano due nodi; vincoli 1:N, che collegano un nodo con due o più nodi; e vincoli N:1, che collegano due o più nodi con un solo nodo. In Internet, oggi giorno tutti i vincoli sono 1:1.
  5. Esplorazione: Secondo questo criterio, i vincoli possono essere inseriti (messi nello stesso testo) o sovrapposti, quando sono, generalmente disposti in modo lista, fuori dal testo.
  6. Secondo l'autoria, i vincoli possono essere d'autore o di lettore. La lista di bookmarks, per esempio, sarebbe un'insieme di vincoli creati dal lettore.
  7. Secondo la commutazione, i link sono divisi tra vincoli di sostituzione e vincoli di sovrapposizione. Quando si sceglie un vincolo di sostituzione, il nuovo nodo sostituisce il primo. Se il vincolo è di sovrapposizione una nuova finestra si apre insieme a quella che noi abbiamo già sullo schermo.
  8. Per ultimo, i vincoli possono adottare una forma testuale o icona.
- 2) Multimediale: La multimedialità si definisce come l'integrazione, in una stessa unità discorsiva, d'informazione di diverso tipo, sia di testo, immagini fisse o mobili, suoni, e anche applets Java, database, ecc. Integrazione e non solo giustapposizione, o mettere insieme blocchi d'informazione diversa. L'unione della multimedialità e l'ipertestualità da come risultato l'ipermedialità.
- 3) Interattività: Si definisce come la capacità del sistema di rispondere alle richieste dell'utente. Così l'utente può ricevere quell'informazione che realmente vuole nel modo che desidera. L'emissore non invia un'informazione unidirezionale, come faceva in passato, che l'utente poteva soltanto accettare o no. Colle nuove tecnologie, si rompe il concetto di comunicazione di massa. Dal broadcasting si passa al narrowcasting. L'informazione diventa personalizzata (ci avviciniamo al concetto di daily me di Nicholas Negroponte), il ricevitore può prendere le sue proprie decisioni, configurare il messaggio e dialogare coll'emissore. Come diceva Lucilla Assenato, 'lettore, tutto si fa per te'. L'Interattività è, nel desiderio del creatore della World Wide Web, più che la libertà di scegliere, la libertà di creare. Perciò Tim Berners-Lee preferisce parlare d'intercreatività meglio che d'Interattività. L'informazione non è

più una cosa inalterabile, messa tra le strette mure della pagina stampata, o tra le due dimensioni dello schermo televisivo, diventa più profonda, possiamo anche dire tridimensionale, perché si possono offrire molte più notizie, e ognuna di loro in un volume più grande, relazionate tra loro, formando reti. Tutta l'informazione che arriva al mezzo ogni giorno si può ora usufruire. Un esempio appropriato sarebbe il sito web della BBC inglese, che offre notizie e reportage che non sono possibili nella televisione.

In questo momento, crediamo che sia interessante riferirsi alla teoria di Robert Darnton, che parla delle cappe o strati dell'informazione. Lui pensa soprattutto all'informazione accademica, ma con alcune adattazioni crediamo sinceramente che la sua proposta, che possiamo riassumere come il passaggio della grandezza alla profondità, si può applicare a qualsiasi prodotto informativo ipermediale. Darnton propone scomporre l'informazione e strutturarla come se fosse una piramide. Come sappiamo, la similitudine della piramide non è sconosciuta all'insegnanza della retorica e del giornalismo. E così sarebbe la teoria di Darnton:

- Un breve riassunto dell'argomento. Un proemio, un prologo, se parliamo in modo retorico classico, un abstract, se usiamo terminologia scientifica, o un lead, se parliamo come giornalisti.
- Una versione più estesa con elementi argomentativi. In questo strato, Darnton propone non limitarsi ad una sequenza, ad una narrazione convenzionale, lineare, ma disporre una struttura composta d'unità indipendenti che conducono alla storia principale.
- Documentazione relazionata col tema principale, documentazione che, non dobbiamo dimenticarlo, può essere digitale, non soltanto testi ma anche suoni, grafici, immagini, realtà virtuale. Questo strato non sarà composto normalmente da un blocco unico, ma da scelte, opzioni diverse.
- Una cappa più profonda, con una selezione di articoli anteriori relazionati coll'informazione principale odierna. Si offrono così al lettore opzioni affinché possa approfondire gli argomenti che gli interessano.
- Una cappa composta da fori interattivi, dialoghi tra l'autore ed i lettori, un dialogo pubblico.
- Un'ultima cappa composta da lettere dei lettori, un livello non pubblico, più ridotto e privato.

Sono prodotti interattivi, per esempio, quelli che la professoressa americana Carole Rich menziona:

- Formulare e calcolatrici virtuali, per esempio in un reportage sulle tasse, per sapere in pratica quale sarà l'influenza concreta delle nuove leggi sulla nostra economia domestica.

- Fori, chiedendo la partecipazione del lettore con la sua opinione. Normalmente dev'essere moderato da un professionista del mezzo, però può essere anche libero.
- Gruppi di discussione, più stabili che i fori, che sorgono attorno ad un argomento concreto. I gruppi 'parlano' d'interessi professionali, per esempio, e durano di più nel tempo con rispetto ai fori.
- Inchieste: Non sono scientifiche in nessun modo, però danno colore all'informazione e sono attrattive per l'utente, che ha la possibilità di partecipare e di spiegare la sua opinione, anche se in modo anonimo.
- FAQ (frequently asked questions), in modo rapido ed accessibile si rispondono alle domande più frequenti.
- Giochi: Già da tempo il giornalismo ha smesso d'offrire soltanto informazioni e si è accorto che uno dei modi migliori per guadagnare la fedeltà dell'utente è interessandolo agli aspetti ludici, quello che in inglese si dice infotainment, che il Dizionario del giornalismo di Grazia Valci definisce come 'l'unione di information ed entertainment per indicare il modo di fare informazione e spettacolo insieme'. In questo momento crediamo che sia necessario ricordare quello che si diceva dei bambini che giocavano colla gameboy e che saranno (alcuni di loro lo sono già) i lettori del nuovo giornale digitale.
- Ed in fine, i servizi commerciali, per esempio, la possibilità di cliccare su un vincolo relazionato con un'informazione e poter riuscire comprare quel prodotto.

L'Interattività, più relativo al concetto delle scienze della comunicazione che ad una caratteristica tecnica, si ottiene attraverso :

- a. La navigazione verso scelte diverse, alternative che si mostrano nei nodi dell'iperdocumento, e che permette collegarsi ad altri nodi o insiemi di nodi. La navigazione, offerta per ricevere l'informazione, è condizionata dall'autore solo fino ad un certo punto o, se vogliamo dirlo diversamente, la libertà dell'utente non è totale ma non si può neanche dire che sia coautore, però è senza dubbio maggiore che nel modo cartaceo o nel modo audiovisivo tradizionali.
- b. Scoprire le relazioni tra diversi informazioni, testuali o meno.
- c. Stabilire filtri selettivi affinché l'utente possa regolare -per esempio, introducendo dati richiesti dal sistema, un profilo di preferenze- il flusso dell'informazione che vuole ricevere.

L'Interattività, come realizzazione tecnica concreta dell'idea di partecipazione, sostituisce la passività più o meno grande dei mezzi tradizionali, tuttavia maggiore nel caso della radio o della televisione, almeno nella forma finora conosciuta. Questo vuol dire, e mi sembra specialmente importante, che tanto i mezzi come i professionisti, i giornalisti, siano capaci di capire quello che i nuovi utenti stanno già chiedendo e che chiederanno ogni volta

di più. È perciò indispensabile una disponibilità mentale del professionista dell'informazione, del produttore se preferiamo, ed accettare che i consumatori vogliano intervenire con una crescente partecipazione e chiedano livelli e strutture più flessibili, adeguate e personali.

- 4) Altre caratteristiche, probabilmente non tanto importanti come quelle menzionate anteriormente, sarebbero:
  - a. La leggibilità, minore sullo schermo che sulla pagina stampata. Gli schermi possono soltanto mostrare una parte della superficie di una pagina web che, generalmente, e per influenza cartacea, si pensa ancora in forma orizzontale e verticale [mettere l'illustrazione di van Oostendorp]. Qui è necessario, crediamo, distinguere col professore Antonio Rodríguez de las Heras tra l'interfaccia e la cosiddetta interficie.
  - b. La rottura della periodicità.

### **Strutture ipertestuali dell'informazione**

Se definiamo il prodotto informativo ipermediale allo stesso modo che le professoressa spagnola Caridad i Moscoso come "un'organizzazione d'informazione testuale, grafica e sonora collegata tra loro per mezzo di vincoli che creano associazioni tra informazione relazionata dentro del sistema", la prima cosa che dobbiamo fare è determinare quali sono le strutture che formano questi blocchi di collegamenti (nodi o lessie), insieme non soltanto uniti ma coordinati secondo uno scopo. Infine, tutto ciò si relaziona colla teoria dei giochi, inventata dal professore americano John von Neumann, economista però anche uno dei primi a riferirsi all'intelligenza artificiale, o come possono i computer riprodurre il modo di pensare umano. La base della teoria dei giochi la costituiscono le regole con cui si decide chi può fare che, quando lo può fare e cosa può guadagnare. Come quelli che partecipano ad un gioco, i lettori devono adottare una decisione, seguire una via o l'altra. Se lo facessero secondo un progetto predeterminato, cosciente, parleremo di strategia. Seguire un itinerario vuol dire ordinare le diverse lessie o nodi come si fa nel gioco delle carte o coi gettoni nel domino. Così accadeva, per esempio, nella novella quasi ipertestuale *Dizionario iazaro* di Milorad Pavic. Così la presenta Janet H. Murray nel suo libro *Hamlet in the holodesk*: "Si può giocare col libro come si gioca una partita a carte; quello che indaga di più ha più possibilità di vincere". Il guadagno, il beneficio per l'utente dell'informazione ipermediale, è poter essere ben informato.

Oggi giorno, sembra che ci sia un accordo tra gli studiosi dei diversi paesi dove la teoria sull'ipertesto è più sviluppata, per esempio Italia e Spagna. Il professore italiano Luca Toschi, nel suo libro *Il linguaggio dei nuovi media*, ed anche il professore catalano Lluís

Codina ed io stesso, nel libro *Manual de redacción ciberperiodística* [Manuale di stesura ciberggiornalistica] proponiamo alcune strutture tipiche, che sarebbero:

- 1) Lineare: Detta anche consecutiva, è il modello più semplice, quello che si usa nel mondo cartaceo. Una prima variazione sarebbe il documento lineare con alternative, in cul de sac, per esempio, quando, come nel documento stampato, si offrono note a fine documento. È la più semplice però anche la più inefficace, perché obbliga il lettore a tornare in dietro al nodo precedente usando il browser, o meglio, offrendo vincoli di ritorno. Se per ritornare è obbligatorio ricominciare dal nodo iniziale, ci troviamo di fronte ad una struttura circolare.
- 2) Ramificata: È la più tipica delle strutture aperte. Un unico nodo iniziale offre diverse possibilità, che possono derivare ad altre alternative, come se fosse un albero. Allora si definisce come una struttura ramificata estesa. Meglio sarebbe offrire, come in tutte le strutture veramente ipertestuali, vincoli di ritorno. Una variante della struttura ramificata, a volte interessante, è la struttura con barriere, per esempio quando per accedere al livello seguente abbiamo bisogno d'introdurre dati di cerca. I nodi al di là del primo nel quale ci richiedono informazioni per poter continuare si creano in base alle variabili immesse nel primo. Così si rinforza la personalizzazione dell'informazione e l'Interattività che si offre all'utente. Ci troveremo così di fronte ad una partecipazione trasformativa o una partecipazione costruttiva, se l'utente può modificare sceneggiature, personaggi, ecc., e darebbe come risultato un'autoria automatica o semiautomatica. Un esempio: Google News, che si ottiene per mezzo di algoritmi, o le simulazioni attraverso dei formulari.
- 3) Struttura multilineare o parallela: Quando ci viene offerto un nodo d'ingresso unico e poi una ramificazione in vari nodi, ciascuno dei quali si sviluppa in modo lineare, in versioni parallele. Per esempio, facciamo un reportage sulle squadre della Lega Calcio, con un nodo iniziale, una presentazione generale. Poi parliamo di ogni singola squadra: nel primo livello (la presentazione sarebbe il livello zero), si parla dei giocatori, nel secondo, dell'allenatore, nel terzo della storia. I nodi si possono collegare in ritorno. Ma anche si possono vincolare i nodi dello stesso livello.

Una classificazione più facile sarebbe quella che divide le strutture tra aperte e chiuse. Sono chiuse se hanno soltanto un inizio ed una fine. Sono aperte, in cambio, quando offrono uno o vari ingressi ed una o varie uscite, pertanto non cambia soltanto l'itinerario ma anche l'arrivo. L'apertura delle strutture ramificate –l'esempio migliore di struttura aperta– è, tuttavia, relativa, perché in un livello dato la struttura si può stringere in modo che tutte le alternative precedenti conducano allo stesso nodo. Per esempio, in un reportage, quando

tutte le versioni proposte conducono ad una storia comune a tutte le fonti. Si produce allora una struttura che si può rappresentare in forma di rombo.

Tutte queste strutture sono assiali, soprattutto perché hanno un nodo iniziale che, a modo di presentazione, stabilisce un'asse che guida tutta la narrazione. C'è un'altra struttura, più complessa e più propriamente ipertestuale, quella in forma di rete o reticolare. Tutti i nodi si collegano tra loro. Si può ottenere anche partendo da qualsiasi struttura che abbiamo esaminato precedentemente, tutto ciò sarebbe lo sviluppo ipermediale, più appropriato nell'era dell'informazione nel mondo collegato ad Internet.

Le strutture propriamente ipertestuali –o ipermediali-, voglio dire, multilineari, creano quello che Gilles Deleuze definiva come un rizoma. Come diceva Umberto Eco, "nel rizoma, ogni via si può collegare con qualsiasi altra". Si crea così una struttura non pienamente statica ma neanche determinata sin dall'origine: "Una struttura rizomatica è strutturabile, però non è mai definitivamente strutturata".

### **Coerenza ipertestuale**

Quando si collegano i nodi in qualsiasi struttura, la forma in cui si ottiene l'unione è anche molto importante. La vincolazione dev'essere fatta secondo regole linguistiche, grammaticali e retoriche che siano coerenti. La coerenza, tradizionalmente riferita alle strutture cartacee, lineari, deve ora riferirsi a strutture multilineari complesse, in maniera che il concetto si ridefinisca secondo le relazioni tra fattori cognitivi e testuali, tra strutture interpretative ed esplorative. Il professore norvegese Martin Engebretsen, nella sua tesi dottorale sull'ipertesto giornalistico, spiega che un iperdocumento è composto da lessie, testuali o no, unite tra loro con una retorica linguistica, per mezzo di una struttura come quelle definite da Teun A. van Dijk per i testi giornalistici cartacei però con una retorica propria, che si riferisce tanto all'aspetto organizzativo come alla presentazione. La coerenza si occupa della connettività tra gli elementi, i nodi, le lessie, in modo che il lettore possa, nella sua operazione di rassegna di senso, ottenere un prodotto efficace e rilevante (la rilevanza è un'altro concetto linguistico chiave). Questa coesione si considera una grammatica dell'ipertesto.

L'apporto principale di Engebretsen a quella grammatica ipertestuale è la teoria dei tre livelli di coerenza dell'ipertesto:

- 1) Coerenza intranodale: È la coerenza di ogni nodo o lessia, unità minima di significato ipertestuale, che dev'essere coerente a se stessa. In una struttura assiale, l'argomento e gli itinerari scelti seguendo uno scopo concreto danno coerenza ad ogni nodo degli itinerari diversi in base a quelli percorsi, che, questo è importante da tenere presente, il lettore non deve seguire obbligatoriamente e neanche

completamente. Se la struttura è reticolare è anche più importante che ogni nodo sia coerente a se stesso, perché non c'è un asse definito che gli possa dare una coerenza più globale.

- 2) Coerenza internodale: Si riferisce al vincolo come unità significativa, ed alle relazioni che propone. Possono essere:
  - a. Relazioni connettive, soprattutto negli iperdocumenti assiali (portano da un nodo all'altro, formando una sequenza semanticamente riconoscibile). Generalmente uniscono insieme i nodi per creare quella sequenza.
  - b. Relazioni associative, che offrono una libertà maggiore ed una minore relazione causale tra i nodi vincolati. Questo permette classificare i nodi in
    - i. Autonomi.
    - ii. Frammentari, hanno senso soltanto quando appartengono ad una o varie sequenze concatenate in itinerari definiti.

I vincoli si mostrano in tre modi:

- a. Per mezzo di etichette dentro del testo, abitualmente quello che succede nel linguaggio html.
  - b. Per mezzo di etichette esterne, per esempio una lista di parole. Questo rinforza la qualità d'indice del vincolo o link.
  - c. Per mezzo di etichette nascoste in ogni nodo, però accessibili in maniera implicita (fanno meno difficile la lettura lineare, però danno accesso diretto ad altri itinerari possibili).
- 3) Coerenza iperstrutturale, che corrisponderebbe alle cosiddette macrostrutture proposte da Van Dijk ed applicate alle informazioni giornalistiche cartacee, testuali. Una coerenza che, nella strategia della costruzione del discorso ipermediale, è la prima che dev'essere decisa. Nelle strutture assiali, Engebretsen crede che la struttura sia esplicita, ancor di più se si offre una mappa che riproduca il diagramma di flusso. Il genere, per esempio il genere giornalistico (una notizia, un reportage, una cronaca) impone in parte la struttura previa.

### **Modelli di lettura dell'informazione ipermediale**

Le strutture descritte anteriormente sono le possibili scelte che si danno all'autore di un'iperdocumento. Lui deve decidere quale si adatta meglio all'informazione che vuol trasmettere. Le strutture non sono soltanto proposte obbligatorie per il lettore, ma un invito per viaggiare attraverso la mappa dei nodi, una mappa concettuale se vogliamo, una

possibilità di sperimentare, però in nessun modo si garantisce che il lettore seguirà obbligatoriamente tutte gli 'ordini' che gli si propongono. La libertà dell'utente è massima. Sembra conveniente, dunque, che l'autore conosca quali sono i modi di lettura più abituali, per disporre l'informazione nella maniera più adeguata, adattando così l'offerta alla domanda, e non al contrario. Robert McAlesee, nel suo libro *Hypertext: theory into practice* distingue tra:

- 1) Seguire le tracce, o, in inglese, *scanning*. È un tipo di navigazione ipertestuale nella quale il lettore fa una revisione rapida dei nodi, a volte soffermandosi. Il lettore cerca qualche cosa di specifico e lo vuole ottenere leggendo superficialmente quello che si evidenzia in ogni nodo. Se trova un elemento (un titolo, un ipervincolo, un'icona, ecc.) che coincide con quello che cerca, si sofferma e lo verifica. Se no, continua.
- 2) Esplorazione, quello che gli inglesi chiamano *browsing* o *exploring*, infatti McAlesee fa una chiara distinzione tra le due però noi crediamo sia meglio ridurle ad una sola, poichè sono molto simili. Il lettore vuol percorrere un territorio ipertestuale grande, però senza nessuno scopo informativo concreto. L'utente non vuole tanto trovare un dato concreto ma navigare attraverso aree estese (orizzontali) e profonde (verticali) dell'iperdocumento, per ottenere un'idea generale dei contenuti e di tutta la struttura.
- 3) Cerca o *searching*: Si produce quando il lettore ha uno scopo informativo perfettamente definito e non ha nessun altro. L'utente di solito conosce la struttura del documento attraverso il quale naviga, perciò si muove e si orienta con sicurezza. Questo tipo di navigazione orientata permette anche, se abbiamo l'attrezzo necessario (un motore di ricerca, per esempio) eliminare gli itinerari tra nodi e saltare, accedere direttamente dal nodo di origine al nodo di destino.
- 4) Divagazione o *wandering*, vincolato anche al concetto greco di "serendipia" (*serendipity*). Il lettore non ha una rotta e neanche un percorso predeterminato ed il suo piacere principale è dovuto più allo stesso movimento che all'informazione che può ottenere. Può essere anche che la divagazione derivi dall'incapacità del lettore di seguire qualsiasi altra forma di navigazione (seguire le tracce, esplorazione, ricerca), perché non sa che informazione vuole e neanche dove si trova, come o con quale attrezzo la può trovare, e semplicemente si muove colla speranza di trovare una traccia per ricondurre la sua strategia di lettura ad alcune delle altre forme menzionate.

## La dimensione retorica

Può sembrare che tutto ciò che abbiamo spiegato finora sia un po' futurista, o parlare di cose che, anche se siano tecnicamente possibili, sono difficili da realizzare nella pratica. Come direbbero gli inglesi, *wishful thinking*. Però, se esaminiamo un po' più da vicino le regole, teorie, cappe, strutture e modi di lettura di qui abbiamo parlato anteriormente, vedremo che non sono più che strategie retoriche adattate all'intorno digitale. Come nella retorica classica, possiamo parlare di:

- 1) *Inventio*: Scegliere gli elementi del discorso, ora non soltanto testuali, ma anche multimediali.
- 2) *Dispositio*: Combinare e strutturare tutti quegli elementi, in forma di nodi o lessie, o blocchi d'informazione, unità minime di significato ipertestuale, partendo da un'altro elemento fondamentale, il vincolo.
- 3) *Elocutio*: Presentazione, per finire, del discorso per mezzo di regole determinate.
- 4) *Actio*: Rappresentazione orale, nella retorica classica, con gesti e dizione, del discorso previamente strutturato e scritto, oggi giorno interagire col computer, e s'incorpora così l'Interattività.
- 5) La memoria, che dà senso a tutte le altre, Internet e l'ipertesto sono chiaramente un potenziamento della memoria umana, che, come nel Rinascimento, si vuole rinforzare affinché serva agli uomini come un'appendice esterna.

Una differenza: se nella retorica classica tutte queste azioni corrispondevano all'autore, oggi giorno il lettore prende lui parte alla costruzione del discorso, non soltanto alla sua ricostruzione:

- 1) *Inventio*: L'utente può scegliere quali elementi seguirà tra tutti quelli che gli si offrono.
- 2) *Dispositio*: L'utente sceglierà il suo proprio itinerario in base ai suoi propri interessi.
- 3) *Elocutio*: Così otterrà un discorso coerente ed omogeneo, d'accordo ai suoi interessi e scelte.
- 4) *Actio*: Affinché sia possibile ottenere quel discorso, l'utente deve interagire col sistema, col computer, usando gli strumenti di navigazione.
- 5) Memoria: Il lettore può salvare quegli itinerari e le pagine web che gli interessano.

Il lettore, dà finalmente senso al discorso che prima non era altro che un'unità occulta, è decide il contesto.

## **Livelli d'Interattività**

Parliamo ora dell'architettura dell'informazione. Prima di tutto, spiegheremo cosa sia la teoria dei livelli d'Interattività e dei gradi di partecipazione sviluppata nell'Università del Nebraska, che stabilisce la seguente classificazione:

- 1) Il livello 0, o sistemi lineari: libri tradizionali, programmi radio, film come li conosciamo fin ad oggi. n inizio ed un finale, attraverso un percorso lineare ed immutabile.
- 2) Il livello 1, o sistemi che, anche se essenzialmente lineari, offrono un po' d'Interattività, come le funzioni di avanzare e retrocedere, fermare o play. I lettori di video ed audio sarebbero sistemi di livello 1, per esempio, ed anche i *browser web* che, qualsiasi sia la struttura delle pagine web che ci permettono di vedere, hanno anche la possibilità di seguire una lettura tradizionale.
- 3) Il livello 2, che permette accedere in forma non strettamente lineare o determinata ad un numero limitato di scelte. Il teletext, per esempio, sarebbe un sistema di livello 2, ed anche i *browser web* quando ci permettono di scegliere tra le pagine web viste anteriormente e conservate come lista. L'accesso, dunque, non è necessariamente sequenziale.
- 4) Il livello 3, un sistema che permette l'accesso aleatorio ai contenuti, come accade in tutte le produzioni multimediali in CD, o, a volte nelle pagine web se hanno una struttura reticolare.
- 5) Il livello 4, o livello massimo d'Interattività, che si ha nei prodotti reticolari con accesso anche a vincoli esterni.

## **Architettura dell'informazione**

Il concetto ed il termine 'architettura dell'informazione' fu creato da Richard Wurman nel 1962, nel suo libro *Architetti dell'informazione*. Wurman definiva l'architetto dell'informazione come 'una persona che crea la mappa o la struttura d'informazione che permette ad altri trovare il loro cammino verso il conoscenza'. Wurman non pensava nella web, che non si era ancora inventata. Louis Roselfeld e Peter Morville rinnovarono la disciplina nel loro libro *Information architecture for the World Wide Web*, del 1998, e la definirono così: 'L'architettura dell'informazione si riferisce al disegno dell'organizzazione, marchi o etichette ipertestuali, navigazione e sistemi di ricerca per aiutare la gente ad incontrare e gestire l'informazione nel modo più adeguato. Dietro ogni sistema, esiste un universo nascosto'.

Stabilire l'architettura dell'informazione vuol dire proporre uno schema astratto dei contenuti e strutturarli dentro di un database. Come nell'architettura tradizionale, ci sono unità minime per costruire il prodotto informativo: il titolo, per esempio, il corpo dell'informazione, l'infografia, le risorse multimediali. Ci sono anche degli scopi: se dobbiamo aggiornare l'informazione, per esempio, e se per ciò si deve utilizzare un sistema automatico che possa indirizzare l'informazione nuova sulla precedente, sostituendola come se fosse un palinsesto, pergamena sulla quale si cancella l'informazione e si riscrive. Un'altro fattore è la quantità dei contenuti, che, come se d'abitudine nei prodotti multimediali, è grande, ci obbliga a disegnare un sistema complesso per recuperare l'informazione in modo efficace. È anche necessario gerarchizzare l'informazione, che darà come risultato un disegno dell'interfaccia adattato ai bisogni dei produttori di contenuti, che sanno qual è la più importante. L'architetto dell'informazione deve anche tenere presente che deve offrire all'utente la possibilità di ottenere delle risorse interattive, e assicurare così il feed-back.

L'informazione si recupera grazie a tre modelli:

- 1) Modelli aperti: Quelli che offrono all'utente tutte le possibilità di recupero, senza limite, sempre che s'introducano domande testuali. Forse in un prossimo futuro si potrà recuperare l'informazione facendo domande orali. Nei modelli aperti si possono usare due tecniche:
  - a. Un formulario di ricerca aperto, nel quale si scrive la domanda.
  - b. Un formulario chiuso, che offre tutte le possibili scelte.
- 2) Modelli chiusi: Sono tutti quelli che offrono all'utente un solo criterio di recupero. Il prodotto multimediale non lascia scegliere il modo di navigazione, gli permette soltanto di scegliere un cammino, un itinerario. Quest'opzione è decisa secondo convenienza; l'architetto dell'informazione non permette raggiungere lo stesso risultato attraverso diversi item; oppure si genera un errore. È sempre meglio, dunque, l'accesso multiplo. La chiave deve trovarsi, quindi, nei criteri editoriali e mai in un difetto nel disegno del diagramma di flusso.
- 3) Modelli guidati: Il mezzo offre all'utente un numero limitato di scelte, è un modello a metà strada tra il modello aperto ed il modello chiuso.

Deciso il modello, si crea la mappa dell'informazione. Si definisce la mappa dell'informazione come il documento concettuale, che sfocia in un database, nel quale incontriamo la struttura e gli elementi dei contenuti del prodotto. La mappa si usa nelle prime prove dello sviluppo del sistema. Nella mappa troviamo:

- 1) I flussi dell'informazione.
- 2) La struttura dell'informazione.

Le strutture si dividono in:

- 1) Strutture a ponte: Elementi di transizione tra il nostro sistema dinamico ed altri possibili sistemi, se abbiamo bisogno d'interagire con loro. Questi elementi possono essere:
  - a. Elementi d'importazione, che regolano l'ingresso d'informazione nel nostro sistema.
  - b. Elementi d'esportazione, che regolano l'uscita d'informazione dal nostro sistema verso altri.
- 2) Strutture di categorizzazione: Definiscono un'unità di contenuto nel contesto del relativo recupero, voglio dire, ogni elemento di contenuto si mette in contatto colle domande che lo faranno apparire nella interfaccia. Insieme a questo elemento, ci saranno referenze, etichette del database, che permetteranno il suo recupero.
- 3) Strutture d'immagazzinamento: Insieme di contenuti, gruppi di dati messi insieme in un database secondo criteri di recupero.
- 4) Strutture di relazioni: Insieme di tavole che, dentro del nostro database, regolano i dati per relazionare i contenuti.
- 5) Strutture d'utenti del sistema: Danno privilegi d'accesso all'utente dentro del sistema.
- 6) Strutture di formato: Informazione che può essere modificata dall'utente: colori, tipo di lettera, scelta di recupero in modo testo o grafico, ecc.

Un'architettura corretta permette all'utente personalizzare l'informazione. Ci sono cinque forme:

- 1) Apparenza grafica: A volte si può scegliere la lingua, il colore, il tipo di lettera, per esempio per permettere agli invalidi poter accedere meglio al computer ed alla gente con problemi visivi leggere meglio lo schermo.
- 2) Contenuti informativi: L'utente stabilisce criteri di visualizzazione dei contenuti, scegliendo alcuni e limitando altri.
- 3) Servizi: L'utente sceglie i criteri di rappresentazione del contenuto secondo le sue preferenze (per esempio, dove vive).
- 4) Invio d'informazione: L'utente sceglie che informazione vuole ricevere nel suo e-mail, con che frequenza, l'ordine...
- 5) Visualizzazione d'informazione multimediale: L'utente sceglie i suoi criteri di personalizzazione secondo la tecnologia del suo *hardware*.

## **Conclusioni**

Il mezzo elettronico, digitale, richiede un nuovo linguaggio, una nuova forma di strutturare e presentare l'informazione. Le possibilità tecniche danno anche una sconosciuta libertà all'utente, al lettore, che può ricevere più informazione, o interagire coi dati, prendere soltanto quello che vuole, quello che gli interessa, navigare, perdersi, cercare specificamente o chiedere al sistema. Il professionale dell'informazione affronta, dunque, nuove domande del pubblico, che devono essere soddisfatte. In questa conferenza, necessariamente breve, abbiamo voluto spiegare le caratteristiche generali di questa nuova offerta informativa, il passaggio dalla scrittura all'architettura dell'informazione.

## Bibliografia

DÍAZ NOCI, Javier: SALAVERRÍA, Ramón (coord.). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003.

GARRAND, Timothy. *Writing for multimedia and the Web*. Oxford ecc.: Focal Press, 1997, 2002.

RICH, Carole. *Writing for the Web*. [s.l.]: [s.e.], [s.d]. Accesible en <http://members.aol.com/crich13/poynter1.html>.

TOSCHI, Luca (a cura di). *Il linguaggio dei nuovi media. Web e multimedia: principe e tecniche delle nuove forme di comunicazione*. Milano: Apogeo, 2001.

WARD, Mike. *Journalism online*. Oxford ecc.: Focal Press, 2002.

WOLK, Roland de. *Introduction to online journalism. Publishing news and information*. Boston ecc.: Allyn and Bacon, 2001.