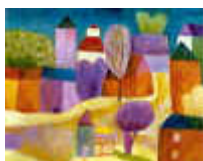


WWW.MULTIMEDIARCHITECTURE.IT

MULTIMEDIA
NUOVI MEDIA E MEDIA AUDIOVISIVI

RIVISTA SEMESTRALE
ANNO I - GIUGNO 2005



Yoshiro Tachibana
PRIMAVERA

ROMA
MULTIMEDIARCHITECTURE EDITORE
MMC

Giulia Mezzabarba*

I LUOGHI DELLA RETE: UNA CLASSIFICAZIONE SINTETICA DELLE PRINCIPALI TIPOLOGIE DI SITO WEB

PREMESSA

È possibile definire il sito web come un insieme di dati, elaborato con l'esplicito scopo di trasmettere conoscenze. Per sito web si può intendere anche una struttura reticolare, costituita da diversi documenti in diversi formati che interagiscono tra loro attraverso link. In forza di tutto ciò, è possibile considerare le pagine web come una forma particolare di documento volontario¹ mentre, l'insieme correlato delle singole pagine, cioè il sito web, un aggregato di documenti omogenei per affare, argomento e/o tipologia documentale: un fascicolo virtuale.

Con le similitudini forse si è andati ben oltre le intenzioni ma se le analogie tra documento e sito web sono così evidenti allora anche per il sito indubbiamente si pone il problema della conservazione e fruizione, anche in forza del deposito legale per le pubblicazioni digitali² a cui va soggetto.

¹ Altre analogie si possono evidenziare tra il sito web e il documento e riguardano la gestione delle fasi di vita del documento. Infatti, possiamo individuare una fase corrente che corrisponde alla pubblicazione on line le pagine contenenti informazioni aggiornate; sempre a questa fase appartiene il deposito legale presso il soggetto delegato in caso di aggiornamenti sostanziali del sito. Per la fase di deposito, invece, le pagine contengono dati e informazioni ormai non più recenti ma non ancora obsolete, ma assumono all'interno del sito una posizione di minore rilievo; analogamente, in presenza di ulteriori versamenti in base al deposito legale, la vecchia versione del sito verrà conservata ma passerà anch'essa a una fase di deposito. Tra non molto, non dubitiamo, si presenterà anche l'interesse, e l'esigenza, di mantenere una memoria storica delle informazioni e dei siti stessi, in relazione all'evoluzione delle forme della comunicazione sia dal punto di vista tecnologico che contenutistico; prenderà così vita una fase storica nella conservazione dei siti web.

² Legge 106/2004, approvata il 15 aprile 2004.

D'altro canto, il soggetto produttore del sito appare spesso sprovvisto di criteri univoci per l'organizzazione del materiale non più attuale, che però rappresenta la storia dei contenuti e dell'evoluzione del sito di cui è proprietario. Tuttavia, per conservare e gestire le informazioni di singole pagine web interne all'architettura del sito offre supporto e indicazioni efficaci l'Information architecture³.

La necessità di provare ad elaborare una classificazione delle tipologie di sito prende le mosse da esigenze che si palesano su diversi fronti. Innanzitutto, il soggetto conservatore incaricato dalla normativa di farsi carico del deposito legale si trova a dover gestire i siti e le informazioni in essi contenute per agevolarne la consultabilità e fruizione.

Il fruitore medio, d'altro canto, spesso si muove all'interno del World Wide Web senza strumenti che lo orientino immediatamente nella navigazione; si confronta con un concetto di spazio apparentemente senza confini, perché l'organizzazione dei contenuti e le modalità impiegate per la loro diffusione nella rete sono in continua sperimentazione e innovazione. La potenziale estensione del cyberspazio e la molteplicità delle rotte percorribili al suo interno rendono talvolta ardua l'impresa di individuare la direzione da scegliere alla ricerca del canale informativo o del luogo di aggregazione desiderato. Inoltre, i contenuti, ormai, non sono più regolati solo dal proprietario⁴ del sito web secondo le due uniche variabili 'utente potenziale' e 'messaggio' (concetto o oggetto proposto dal sito). Infatti, la rapida diffusione degli accessi al web e le infinite possibilità di interazione ora consentite agli utenti hanno immesso nella rete la nuova variabile, la soggettività del fruitore, che determina le modalità di navigazione e di incontro degli utenti nel cyberspazio.

³ www.multimediararchitecture.it/science/libri.htm

⁴ Con il termine si intende non solo chi detiene la proprietà in senso stretto ma anche chi, su mandato del proprietario gestisce e concorda le scelte editoriali, le scelte di indirizzo del business a seconda della tipologia di sito web.

L'approccio con Internet, quindi, non è più solo rappresentata dall'unidirezionale ricerca di informazioni nel web (utente ? web) ma anche dal mutuo scambio di conoscenze e notizie (utente/i ↔ utente/i ? web).

Gli spazi e la reticolarità del web si sono così moltiplicati e complicati. Perciò, provare a formulare una classificazione delle principali tipologie di sito potrebbe significare non solo gettare una base concreta su cui l'utente medio possa iniziare a tracciare le coordinate lungo le quali muoversi, ma può anche, secondo un punto di vista più specifico, fornire un possibile schema di classificazione, con il quale agevolare la conservazione dei siti stessi.

Innanzitutto sarà opportuno individuare il criterio sul quale costruire il nostro tentativo di classificazione.

Per sito web s'intende un'insieme di pagine web, ossia pagine presenti nel World Wide Web in genere elaborate nel formato HTML/XHTML con collegamenti ipertestuali che possono essere anche link cliccabili⁵. Istintivamente, si è portati a considerare come criteri di classificazione le caratteristiche estrinseche del sito: le specifiche tecniche, le funzionalità. In questo modo vengono individuate alcune tipologie, di cui forniamo di seguito delle sintetiche descrizioni:

Sito statico e/o dinamico - lo sono un po' tutti i siti ma in realtà qui s'intende il sito nel senso comune del termine: pagine web collegate tra loro, con link appositamente realizzati e dal contenuto a carattere genericamente informativo. Siti che consentono ricerche al loro interno, grazie a data base, contenenti gruppi di informazioni che l'utente può fruire attraverso specifiche funzionalità di ricerca.

⁵ La presente definizione e quelle subito successive (Sito statico e/o dinamico; Motore di ricerca; Portale; Sito comunitario - Forum e Chat; Blog; Wiki) sono tratte da www.wikipedia.org.

Motore di ricerca - offre un servizio che consente di effettuare ricerche nel web. Si occupa di monitorare la rete e costruire un indice di tutti i contenuti in essa disponibili⁶.

Portale - un sito web complesso perché offre gruppi di risorse di Internet in un unico contenitore (motore di ricerca, servizi, contenuti commerciali e/o culturali, ecc.).

Sito comunitario: Forum e Chat - un luogo della rete in cui gli utenti uniti dagli stessi interessi, comunicano tra di loro creando delle comunità virtuali.

Blog - è un sito web che chiunque, in possesso di una connessione ad Internet, può creare facilmente, grazie al servizio gratuito di blog hosting⁷. Il nome nasce dall'abbreviazione dei termini web log, una sorta di diario di bordo in cui l'autore scrive i propri pensieri e i visitatori possono lasciare un commento. Ultima evoluzione del blog sono i vlog o video blog, in cui si utilizzano filmati come contenuto principale.

Wiki - si tratta di un sito web in cui ogni utente può intervenire sui contenuti, sia inserendo testi e commenti (esattamente come in un forum o un blog), che modificando i testi già inseriti da altri.

Le principali tipologie di siti web attualmente on line possono adottare funzionalità proprie di altre tipologie, aprendosi a varie esigenze del potenziale utente. Un esempio, il quotidiano on line che informa con aggiornamenti in tempo reale ospita anche delle sezioni dedicate ai sondaggi tra i lettori e forum incentrati su tematiche di scottante attualità, senza escludere la presenza dei blog

⁶ Tra i più noti ricordiamo: www.google.it www.altavista.com www.arianna.it www.virgilio.it. Con lo svilupparsi dei Blog, inoltre, sono apparsi anche motori di ricerca per rintracciare il blog di interesse, uno tra tutti www.technorati.com.

⁷ Per citare i più noti, www.splinder.it o www.blog.tiscali.it e ultimamente anche il nuovo servizio di Google

degli editorialisti più quotati⁸. Pertanto, questo approccio, soprattutto da un punto di vista archivistico, si mostra inefficace ai nostri scopi. Infatti, ammette gli stessi limiti di una individuazione delle tipologie documentali di un archivio effettuata sul solo riconoscimento dei dati estrinseci. In un archivio in si rileva la presenza di pergamene, carte, file, ecc., oppure fax, e-mail, floppy disk, cd-rom, ecc., appare assente qualsiasi riferimento necessario sia ad una descrizione sintetica ed esauriente del documento che alla sua collocazione all'interno dell'archivio logico in cui è stato prodotto, in una parola alla sua classificazione. Attraverso l'analisi, invece, dei dati intrinseci, delle informazioni e dei dati contenuti nei documenti, è possibile identificare le tipologie documentali - contratti, delibere, progetti tecnici, ecc - e impostare gli strumenti di descrizione e gestione dell'archivio logico⁹

Pertanto, classificare i siti per le loro caratteristiche tecniche e funzionalità operative non ci fornisce nessuna indicazione specifica sulla tipologia di sito rispetto ai suoi contenuti. Diversamente avviene se si considerano i dati intrinseci: la linea editoriale, lo scopo per cui il sito è stato ideato. Infatti, lo spazio virtuale si costruisce su parametri che potremmo definire cognitivi piuttosto che sensoriali, propri invece dello spazio concreto. Quindi appare molto più appropriato porre l'attenzione sulla finalità sottesa alla realizzazione del sito e quindi alla specificità dei suoi contenuti, per individuare le principali tipologie di sito e impostare uno schema descrittivo paragonabile ad un sistema di classificazione del web.

⁸ Esempio a tal proposito è www.repubblica.it. Tra le prime testate italiane ad apparire anche on line e sempre all'avanguardia nelle scelte editoriali.

⁹ Ovviamente qui si è inteso semplificare; infatti, è ben nota la tecnica di redazione degli strumenti di descrizione e gestione di un archivio (sistema di classificazione e strumenti di corredo) ma, ovviamente, non è l'oggetto del presente saggio.

IPOTESI DI PIANO DI CLASSIFICAZIONE

L'analisi, appositamente effettuata, è stata condotta partendo dal generale al particolare e ha permesso di individuare almeno tre macro-categorie di contenuti:

- Comunicazione,
- Mercato,
- Interattività.

Tuttavia, sono risultati iperonimi troppo ampi e poco descrittivi, quindi è sembrato più appropriato individuare le seguenti categorie:

- A. *Informazione*,
- B. *Commercio*,
- C. *Servizi*,
- D. *Interazione*.

Quindi, all'interno di ogni categoria, sono state evidenziate le sottocategorie di contenuti. Le sottocategorie, di fatto, consentono di individuare le tipologie di sito, come di seguito descritto.

A. Informazione

Il dare notizie e fornire dati ed elementi di cultura generalista o di settore è lo scopo dei siti compresi in questa categoria. Le sottocategorie individuate sono:

A.1 - Editoriale - Si tratta di informazione nel senso più tradizionale del termine e vi sono compresi prevalentemente i siti dei quotidiani ma anche di riviste, per lo più di settore - informatica, cinema, ecc. -, pubblicati in formato cartaceo o nati e pubblicati solo on line. Le versioni web di riviste distribuite in edicola, propongono i medesimi contenuti degli alter ego cartacei ma in visione integrale ai soli abbonati, mentre offrono gratuitamente le notizie di spicco con aggiornamenti in tempo reale all'utente non registrato.

A.2 - Culturale - l'informazione fornita ha come scopo la divulgazione e può avere per oggetto i Settori del sapere sociale e i Settori del sapere scientifico.

In questa categoria è apparso opportuno inserire non solo i siti che forniscono contenuti divulgativi, funzionali ad approfondimenti sia per i professionisti che per gli studenti, ma anche i siti di Musei e Gallerie d'arte che propongono visite virtuali al loro interno, consentendo di visualizzare le opere d'arte di cui sono proprietari; gli Archivi e le Biblioteche che mettono a disposizione dell'utente gli inventari dei beni conservati; infine, le esposizioni virtuali di web e net art veri e propri musei d'arte.

A.3 - Personale - i siti personali sono realizzati da individui o piccoli gruppi e contiene informazioni su argomenti di carattere specifico oppure generalista. È il caso dei blog, dei forum ma anche del semplice sito personale che intende fornire informazione su argomenti di settore¹⁰.

B. Commercio:

I siti compresi in questa categoria hanno lo scopo di dare impulso a un'attività commerciale o effettuare attività con finalità commerciali. Le sotto-categorie individuate sono:

B.1 - Aziendale - Comprende siti usati per promuovere un'azienda e farne conoscere la storia e l'offerta commerciale. Non di rado, per le aziende medio piccole, rappresentano il luogo del primo contatto tra domanda e offerta. Si considerano qui compresi i siti di banche che offrono il servizio ai propri clienti di consultazione del proprio conto on line.

B.2 - eCommerce - I siti appartenenti a questa categoria hanno come fine la vendita di beni e/o servizi direttamente all'utente/cliente senza passare attraverso un distributore. Alla

¹⁰ Un esempio: www.archiviodifamiglia.com

tipologia appartengono le aste on line¹¹ e le vendite in generale sia di oggetti tradizionalmente venduti attraverso i canali della distribuzione¹².

C. Servizi

A questa categoria appartengono i siti che offrono servizi gratuiti¹³. Le sottocategorie individuate sono le seguenti:

C.1 - Autoreferenziale - Sono compresi siti che offrono servizi necessari alla fruizione del web, sia che si tratti di occupare uno spazio che di navigare al suo interno. A questa sottocategoria, pertanto, appartengono i siti che offrono spazio per caselle di posta elettronica, per creare blog e, soprattutto, i portali e motori di ricerca¹⁴.

C.2 - Referenziale - mutuando dalla linguistica il termine, si vogliono comprendere nella categoria *Referenziale* i siti che offrono servizi gratuiti non funzionali all'uso e alla fruizione del web ma alla soddisfazione di esigenze che l'utente vive all'esterno della rete, nel suo rapporto con lo spazio concreto. In questa categoria, quindi, sono inclusi siti come quelli che offrono annunci di lavoro; le versioni on line delle Pagine Gialle e delle Pagine Bianche. Generalmente sono corredati da un database.

C.3 - E Government - i siti degli Enti pubblici sono stati collocati nella categoria C non solo perché negli ultimi anni hanno messo a disposizione dell'utente dei servizi on line ma, soprattutto,

¹¹ E Bay è la più conosciuta.

¹² L'americana Amazon, con la sua vendita di libri in tutto il mondo, resta tra i più noti. In Italia ha preso piede il suo omologo IBS (Internet Book Shop). Tuttavia, la scelta della vendita diretta viene effettuata sempre più di frequente anche per altre tipologie di prodotti merceologici (soprattutto legati al mondo dell'informatica).

¹³ I servizi a pagamento vengono proposti dai siti compresi nella sotto-categoria B.2.

¹⁴ Comprensivi di tutti questi servizi sono siti quali Yahoo, Tiscali e Google.

per la natura stessa degli enti produttori: l'Ente pubblico ha come Core Business il servizio al cittadino.

E. Interazione

Questa categoria comprende i siti che creano degli spazi di aggregazione virtuale, in cui gli utenti si possono muovere fisicamente o intellettualmente. È una categoria che ha risvolti sociologici e comunicativi e perciò le sue sottocategorie andranno specificate in un'altra sede. Qui proponiamo solo due possibili sottocategorie che potrebbero essere:

E.1 - Ludica - Sono qui compresi gli ambienti virtuali ai quali gli utenti possono connettersi e giocare con applicativi appositamente sviluppati per il web. Ogni utente assume un avatar¹⁵ e attraverso di esso apparire all'interno del gioco, dove combatte e/o collabora con gli altri utenti connessi.

E.2 - Intellettuale - Luoghi altrettanto virtuali sono offerti dai siti che ospitano progetti di opere collaborative. Ci riferiamo principalmente alle comunità artistiche virtuali e agli allestimenti on line di mostre di web e net art. Tuttavia, si possono inserire in questa sottocategoria anche i siti che promuovono laboratori di scrittura collettiva in cui, da uno canovaccio di story board, gli utenti collaborano alla stesura di un racconto.

La classificazione fin qui proposta fa salve le caratteristiche tecniche del sito web: se il fine è comunicare contenuti culturali sia un wiki o un blog o un sito statico o dinamico il criterio di classificazione rimane valido.

In conclusione sembra necessario puntualizzare che lo schema qui proposto non ha pretese di completezza, piuttosto vuole proporre una base su cui verificare la validità, la perfettibilità e la reale utilità di un piano di classificazione per siti web.

¹⁵ Rappresentazione virtuale di un utente, una sorta di alter ego virtuale.

SOMMARIO

L'articolo vuole proporre una ipotesi di schema di classificazione per siti web, allo scopo di valutare l'efficacia di una teoria: realizzare strumenti di gestione delle informazioni ispirati alla disciplina archivistica e finalizzati alla fruizione di documenti digitali non governativi da destinare alla conservazione a lungo termine.