

## SOCIAL MEDIA EXPLAINED

TWITTER I'M EATING A #DONUT

FACEBOOK I LIKE DONUTS

FOUR-SQUARE THIS IS WHERE  
I EAT DONUTS

INSTAGRAM HERE'S A VINTAGE  
PHOTO OF MY DONUT

YOUTUBE HERE I AM EATING A DONUT

LINKED IN MY SKILLS INCLUDE DONUT EATING

PINTEREST HERE'S A DONUT RECIPE

LAST FM NOW LISTENING TO "DONUTS"

G+ I'M A GOOGLE EMPLOYEE  
WHO EATS DONUTS.

# LA NUOVA LUDICITÀ



# A CHE GIOCO SI GIOCA

L'industria di video e dei computer game costituisce il settore di maggior crescita (9% all'anno) dell'intera industria culturale, e non patisce crisi.

Roger Caillois individua 4 tipologie fondamentali di gioco:

- agon* (la competizione)
- alea* (l'azzardo)
- ilinx* (il gioco di vertigine)
- mimicry* (imitazione)

# LA NUOVA LUDICITÀ

Nei siti on line di dating (incontro), nota il sociologo Pascal Lardellier (2011)

<<le relazioni sono innanzitutto ludiche>>. Si gioca con le identità, si gioca con il linguaggio, con l'implicito e l'esplicito, i livelli di espressione. Negli scambi si può dire tutto, anche le cose più sconvenienti, che un emoticon permetterà di relativizzare e far passare come humor e parodia.>>



# LA NUOVA LUDICITÀ

Proprio in questa fase in cui la vita erotica ha attraversato un processo di crescente letteralizzazione, l'intervento di pratiche ludiche funziona da correttivo e compensazione.

Come sottolineava la psicopedagogista Catherine Garvey una delle caratteristiche più significative della ludicità umana, fin dalla prima infanzia, sta proprio nella de-letteralizzazione. Sta cioè nel creare un diaframma tra i significati apparenti e i significati vissuti.

Garvey C. (1979), *Il gioco, l'attività ludica come apprendimento*, Armando, Roma.



# LA NUOVA LUDICITÀ: GIOCARE È ATTUARE METACOMUNICAZIONE

<< vidi due giovani scimmie che giocavano, cioè erano impegnate in una sequenza interattiva, le cui azioni unitarie o segnali erano simili, ma non identiche, a quelle del combattimento...Ora questo fenomeno, il gioco, può presentarsi solo se gli organismi partecipanti sono capaci in qualche misura di metacomunicare, cioè di scambiarsi segnali che portino il messaggio: " questo è un gioco">>

Gregory Bateson, 1977, *Verso un'ecologia della mente*, Adelphi, Milano.



For the very first time, researchers are seriously investigating what exactly gaming can do for you. Scientists, therapists, and sociologists alike are discovering that **GAMING CAN CHANGE YOU FOR THE BETTER.** With 1.6 gamers to every U.S. household, the case for video games deserves some serious consideration.

**Here's a look at some remarkable gaming goodness:**

# LA NUOVA LUDICITÀ: META-COMUNICAZIONE NEI SOCIAL

Oggi nei Social network il principio alla base di quasi tutti i messaggi è proprio, per l'appunto, quello della meta-comunicazione.

Molti sono i messaggi di questo genere:

- parlo con te ma in realtà sto parlando al mondo; (pubblici invisibili)
- scherzo ma in realtà dico cose serie; (ironia)
- gioco quindi perdo tempo, ma in realtà sto lavorando; (principio economico)

PAIDIA E LUDUS  
OVVERO  
PLAY AND GAME

## Play

“Play is the aimless expenditure of exuberant energy.”

Friedrich Schiller

“Play is whatever is done spontaneously and for its own sake.”

George Santayana

“...play creates a zone of proximal development of the child. In play a child always behaves beyond his average age.”

Lev Vygotsky

“Play is free movement within a more rigid structure.”

Katie Salen & Eric Zimmerman

PAIDIA E LUDUS  
OVVERO  
PLAY AND GAME

## Games

“A game is a closed, formal system that engages players in a structured conflict, and resolves in an unequal outcome.”

Tracy Fullerton, Chris Swain and Steven Hoffman

“A game is a series of meaningful choices”

Sid Meier

“A game is a ... domain of contrived contingency that generates interpretable outcomes.”

Thomas Mallaby

“A game is a problem-solving activity, approached with a playful attitude.”

Jesse Schell

# LA NUOVA LUDICITÀ NEI SOCIAL

Come nei giochi, così nei social, sono validi questi principi:

-il bisogno di affermarsi, l'ambizione di mostrarsi il migliore;

-il gusto della sfida, del primato, o semplicemente della difficoltà superata;

-l'attesa, la ricerca del favore del destino;

-il piacere della segretezza, della finzione, del travestimento;

-quello di aver paura o di far paura;

-la ricerca della ripetizione, della simmetria, o al contrario la gioia di improvvisare, d'inventare, di variare le soluzioni all'infinito;

-la gioia di delucidare un mistero;

-le soddisfazioni procurate da ogni arte combinatoria;

-il desiderio di misurarsi in una prova di forza, di abilità, di velocità, di resistenza, di equilibrio, di ingegnosità;

-la messa a punto di regole e norme, il dovere di rispettarle, la tentazione di aggirarle

-infine l'ebbrezza e il rapimento dei sensi, la nostalgia dell'estasi, il desiderio di un panico voluttuoso

# COSA DIVERTE?

- **Plants vs Zombies**

- sound design
- design dei personaggi
- simpatia
- movimento continuo
- scaffolding e premi subito
- equilibrio fra sfida e gratificazione
- complessità crescente dello schema
- varietà degli schemi,
- background narrativo (sfida finale),
- piacere della paura



# LA NUOVA LUDICITÀ: META-COMUNICAZIONE NEI SOCIAL

Lo stesso Henry Jenkins evidenzia come il mash-up, il remix e l'ironia siano le radici e i cavalli trainanti della cultura convergente.

<http://www.totalrecut.com/contest-resources.php>

# A CHE GIOCO SI GIOCA

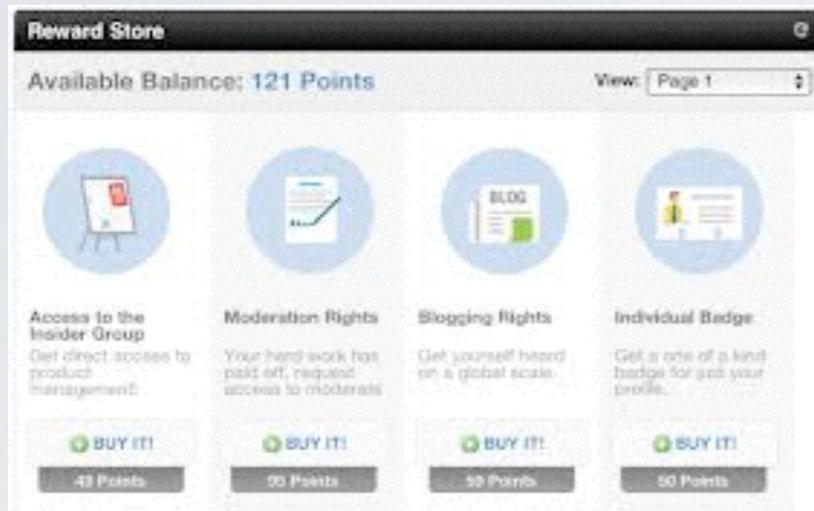
Mentre le prime due forme (*agon* e *alea*) sono da sempre rapportabili a tutto il corso della vita umana, le seconde (*mimesi* e *ilinx*) erano, fino a un certo periodo, circoscritte soltanto alla fase dell'infanzia.

Oggi tuttavia anche i giochi di vertigine, come il surf, lo skateboard, e i giochi di mimesi (dal travestitismo ai mondi virtuali on line) tornano a colonizzare il mondo adulto, diventando attività ludiche praticabili ad ogni età.



# GAMIFICATION

La piattaforma Jive+ Bunchball



[http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=2grzAvifPQ4](http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=2grzAvifPQ4)

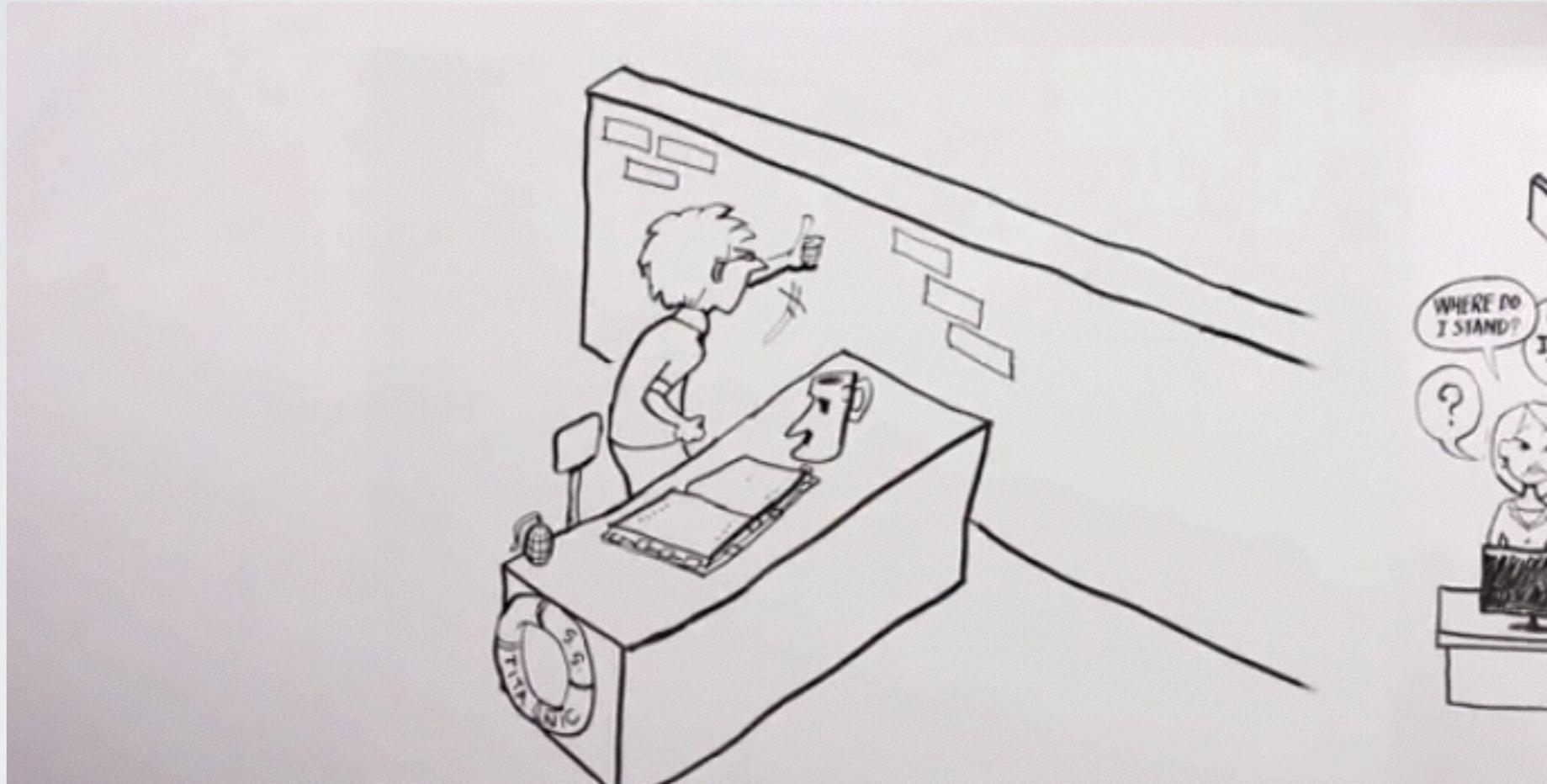
# GAMIFICATION

Bunchball + NITRO



[http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=pqDTt0Calho](http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=pqDTt0Calho)

# GAMIFICATION



Rypple

[http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=Fpw97AIYQ-Q](http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=Fpw97AIYQ-Q)

# GAMIFICATION

## GAMIFICATION GOES MAINSTREAM

**Ga • mi • fi • ca • tion (n.):**  
the application of concepts and techniques  
from games to other areas of activity.



Oxford Dictionary adds 'Gamification' to its word of the year short list

### BRANDS ADOPTING GAMIFICATION

AOL  
COKE  
DELL  
MLB  
NIKE  
NISSAN  
PEPSI  
VIACOM

**\$25M**   
in venture funding investments to gamification

**1**   
BigDoor acquires OneTrueFan for industry's first roll-up

**8**   
books published on gamification

### PREDICTIONS (YOU CAN COUNT ON)

**50%**   
of organizations that manage innovation processes  
will gamify those processes by 2015

**70%**   
of Global 2000 organizations will have at least 1  
gamified application by 2014

**\$2.8B**   
in direct spending on gamification by 2015

**1ST EVER**  
GAMIFICATION SUMMIT  
JANUARY 2011



# ESEMPI

- FREERICE
- FORD MUSTANG
- code school
- Mozilla open badge <http://www.openbadges.org/>
- middle-earth thehobbit
- google maps (pokemon nel pesce d'aprile)

# GAMIFICATION

The screenshot displays the Club Psych website interface, which is designed to gamify the user experience. At the top, there's a navigation bar with links for LOGIN, REGISTER, CHALLENGES, LEADERBOARD, and HELP. A central banner features the show's title 'Club psych' with images of the main characters. Below this, a call-to-action box titled 'CALLING ALL PSYCH-OS!' encourages users to join the club to earn points and rewards. To the right, there's a user profile for 'Whatevs2010' with 2390 points and a 'See how' button for a Capital One Venture Visa advertisement.

**club psych**

LOGIN REGISTER CHALLENGES LEADERBOARD HELP

**CALLING ALL PSYCH-OS!**  
JOIN CLUB PSYCH TODAY & START EARNING POINTS AND REWARDS FOR INTERACTING ON THE PSYCH OFFICIAL WEBSITE. HERE'S THE SKINNY, SILLYPANTS JACKSON...

STEPS: 1 2 3 4 5

**Whatevs2010**  
2390 points  
Your Profile | Logout

**DOUBLE MILES ON EVERY PURCHASE**

Capital One  
**VENTURE**  
1000 1234 5678 9010  
SEE # CARDHOLDER  
VISA

See how

**this week's featured challenge**

PLAY THE NEWEST PSYCH INTERACTIVE OFFICE GAMES:  
**PRETZEL SLINGSHOT AND PRETZEL FOOTBALL!** **200 POINTS**

**badges to collect...**

«  »

**game challenges**

<b>50 POINTS</b>	Play an all-new Find the Famous Pineapple!
<b>25 POINTS</b>	Find Gus' Postcard from Area 51 in Shawn's Shoebox
<b>100 POINTS</b>	Watch Steve, Kelly and Chris answer Fan Questions in the Psych Countdown Calendar

**leaderboard**

#1	 MockTurtle	8060
#2	 jezziebeth	8785
#3	 Khaos	8515

**social challenges**

Twitter  
Sign in with Twitter  
Connect to Twitter to earn rewards!

# GAMIFICATION

The screenshot displays the Club Psych website interface with several gamification features highlighted by callouts:

- Points:** A callout points to the text "JOIN CLUB PSYCH TODAY & START EARNING POINTS AND REWARDS FOR INTERACTING ON THE PSYCH OFFICIAL WEBSITE. HERE'S THE SKINNY, SILLYPANTS JACKSON..." and the "POINTS" button in the navigation bar.
- Avatars:** A callout points to a user profile for "Whatevs2010" with 2390 points and a "Logout" link.
- Rewards:** A callout points to the promotional text "DOUBLE MILES ON EVERY PURCHASE" and an image of a Capital One Venture Visa card.
- Challenges:** A callout points to the "this week's featured challenge" section, which includes "PLAY THE NEWEST PSYCH INTERACTIVE OFFICE GAMES: PRETZEL SLINGSHOT AND PRETZEL FOOTBALL!" and a "200 POINTS" reward icon.
- Badges:** A callout points to a "badges to collect..." section featuring a pineapple-shaped badge with the word "psych" on it.
- Leaderboard:** A callout points to a "leaderboard" table listing top users.

Rank	Avatar	Username	Points
#1	[Avatar]	MockTurtle	8060
#2	[Avatar]	jazzieboth	2785
#3	[Avatar]	Khaos	61

**game challenges**

- 50 POINTS:** Play an all-new Find the Famous Pineapple!
- 25 POINTS:** Find Coo's Postcard from Area 51 in Shawn's Shoebox
- 100 POINTS:** Watch Steve, Kelly and Chris answer Fan Questions in the Psych Countdown Calendar

**social challenges**

- Twitter
- Sign in with Twitter
- Connect to Twitter to earn rewards!

# A CHE GIOCO SI GIOCA

Il mondo on line è pervaso di ludicità: individuare alcuni esempi.

-In base alle categorie di gioco proposte da Caillois

-in base ai piaceri del gioco descritti precedentemente

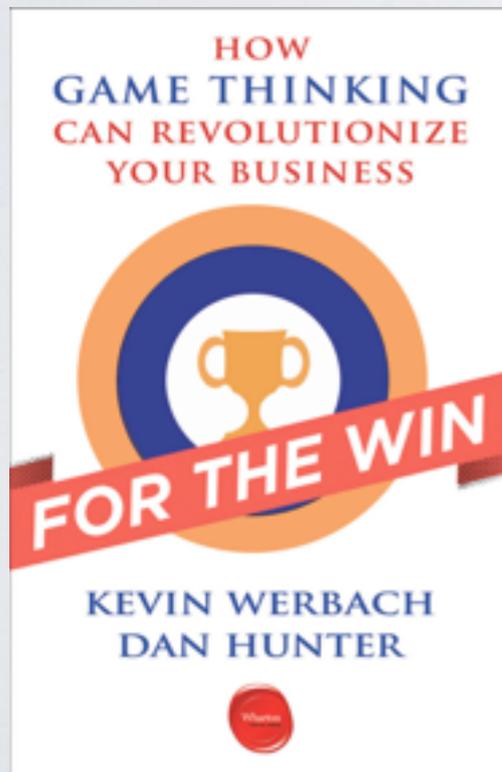
-in base alle features di interfaccia esaminate come caratteristiche della gamification

# I MATERIALI SONO TRATTI PRINCIPALMENTE DA:

**P. ORTOLEVA**

Dal sesso al gioco.

*Un'ossessione per il XXI sec.*



**K. WERBACH, D. HUNTER**

**For The Win**

*How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*