

## FONDAMENTI DI Motivational Design

Una metodologia per  
il social network design

Motivational Design (Mo.De.) è una metodologia di interaction design per l'analisi e progettazione dei social network dal punto di vista delle dinamiche motivazionali e psicologiche che alimentano la rete stessa.

Si applica allo user centered design, spostandosi però dalle azioni superficiali alle motivazioni profonde, abbandonando un approccio tecnicistico e piattafarmistico che connota molte delle prassi oggi esistenti.

La nostra ricerca e metodologia nasce dalla necessità di individuare quei fattori che aumentano **le probabilità che gli utenti siano motivati a compiere e ripetere determinati comportamenti in contesti socialmente abilitati**, primi fra tutti i social network. Siamo convinti che questi fattori siano le componenti che danno valore alla analisi, progettazione e investimento nei social network. Non basta progettare un buon canale di comunicazione per alimentare partecipazione o collaborazione.

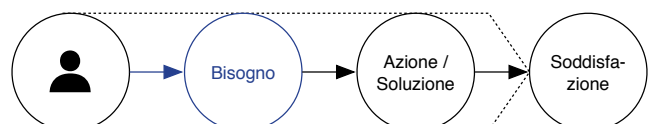
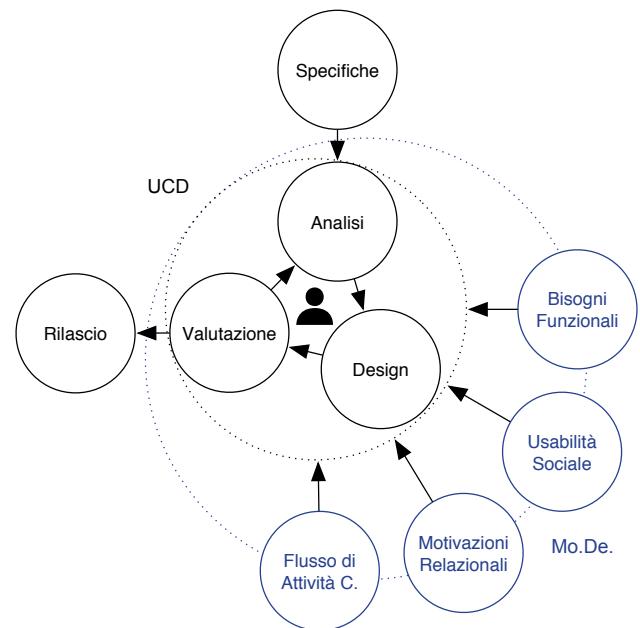
Per social network intendiamo prima di tutto una **rete di persone**, indipendentemente dagli strumenti adottati. Con il concetto di **rete** vogliamo considerare i social network come sistemi complessi e chiamando gli utenti **persone** vogliamo considerare le dinamiche psicologiche e sociali.

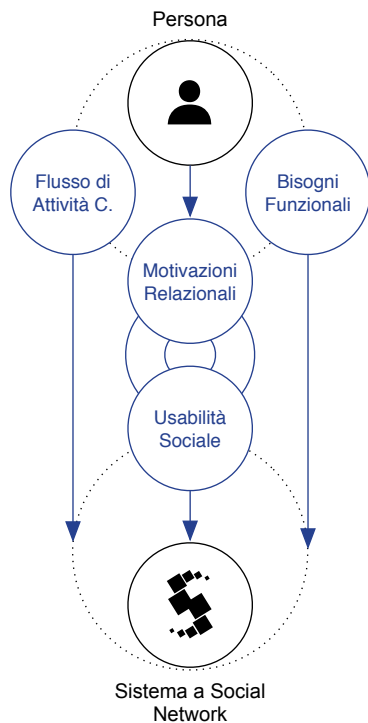
Mo.De. si fonda su quattro concetti principali: i Bisogni Funzionali, l'Usabilità Sociale, le Motivazioni Relazionali e il Flusso d'Attività Circadiano.

Mo.De. costruisce su questi quattro concetti fornendo una metodologia per progettare servizi con dinamiche sociali.

### Bisogni Funzionali

I Bisogni Funzionali sono i bisogni e le necessità della persona (e/o del gruppo) che sono **soddisfatti dall'applicativo in modo esplicito**, facendo un passo indietro verso le necessità della persona rispetto alle soluzioni già trovate per risolvere tali necessità: mangiare una pizza è una buona soluzione, ma il bisogno a cui risponde è la fame.





## Motivazioni Relazionali

La motivazione è un fattore dinamico del comportamento animale e umano che attiva e dirige un organismo verso una meta. Le Motivazioni Relazionali sono un fattore dinamico del comportamento umano che attivano e dirigono verso mete che alimentano le reti sociali.

Le motivazioni che possono spingere una persona sono tante e spesso miste, nelle Motivazioni Relazionali abbiamo individuato una loro maggiore capacità rispetto ad altre forme di motivazione ad influenzare la partecipazione e/o collaborazione nei social network.

Quindi, la molteplicità delle motivazioni umane può essere ridotta, nelle reti sociali, alle quattro più impattanti, significative e attinenti:

1. **Competizione** (Sistema Rabbia-Aggressività): bisogno di imporre se stessi e/o le proprie convinzioni, gusto per la sfida, accumulo di aggressività.
2. **Eccellenza** (Narcisismo-Sè): bisogno di conferma della propria capacità ed eccellenza, bisogno di approvazione e autostima.
3. **Curiosità** (Sistema Ricerca-Gioco): bisogno di conoscenza e controllo, istinto esplorativo.
4. **Appartenenza** (Sistema Attaccamento-Cura): bisogno di condivisione e di far parte di una collettività o relazione che rafforzi il proprio agire e pensare individuale, che funga anche da rifugio in cui proteggersi.

## Usabilità Sociale

Definiamo Usabilità Sociale come un attributo qualitativo che definisce quanto facile è realizzare interazioni sociali all'interno di una specifica interfaccia uomo-macchina-uomo. Il termine "usabilità sociale" si riferisce anche ai metodi per migliorare la facilità di interazione uomo-uomo durante il processo di design.

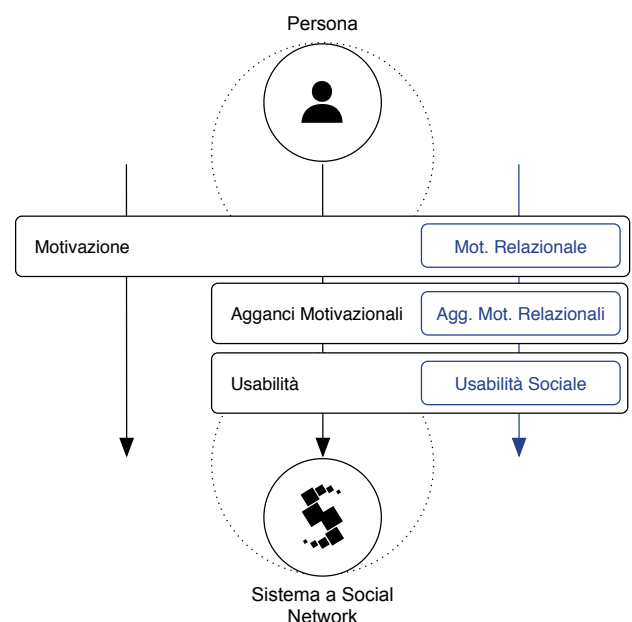
L'Usabilità Sociale è definita dalle quattro proprietà (RICE):

— **Relazioni Interpersonali**: Quanto facile è trovare altre persone e connettersi ad esse (amici, conoscenti, ...)? Quanto è facile mantenere queste connessioni attive? Quanto vengono valorizzate le connessioni attive?

— **Identità**: Quanto è ricca l'espressione dell'identità del singolo? Quanto vengono espressi i suoi interessi e le sue passioni? Quanto sono connotati i suoi tratti caratteristici? Quanto è granulare la gestione della privacy?

— **Comunicazione**: Quanto velocemente un messaggio è in grado di passare da persona a persona? Quanti messaggi si possono gestire? Quanto è facile gestire una conversazione privata fra due persone? Quanto è facile gestire una conversazione fra più persone? Quanto è facile gestire una conversazione pubblica?

— **Emergenza dei Gruppi**: Quanto è facile creare gruppi, aggregarsi e trovarsi intorno ad un interesse comune? Quanto è rilevante la componente dal basso di creazione del gruppo, quanto invece è un raggrupparsi intorno ad un tema? Quanto sono vivi i gruppi una volta stabiliti? Quanto sono longevi? Quanto conta essere parte di un gruppo?



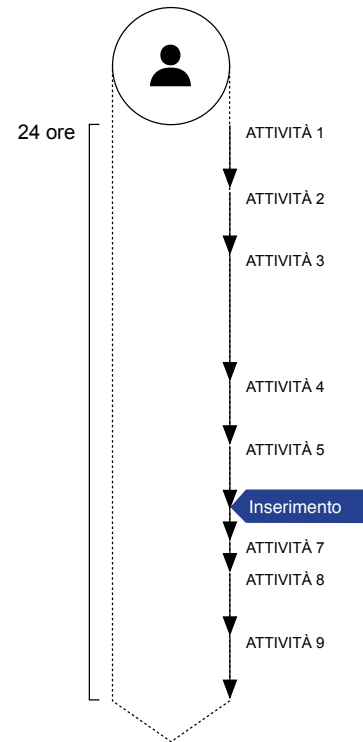
## Flusso di Attività Circadiano

Il Flusso di attività Circadiano è la sequenza di piccole e grandi azioni svolte durante il tempo approssimativo di una giornata, ordinate secondo alcune gerarchie di valori coesistenti e in competizione all'interno della persona: importanza, interesse, dovere, facilità, morale, etc.

Come per i Bisogni Funzionali, gravi errori o mancanze nella progettazione del Flusso rendono inefficaci il ruolo della Usabilità Sociale e delle Motivazioni Relazionali.

I quattro fattori che influenzano il flusso di attività circadiano in modo più rilevante sono:

- **Priorità:** l'attività X è più importante di qualunque altra attività in quel momento e quindi viene fatta.
- **Leggerezza:** l'attività X è talmente facile a farsi che basta un piccolo interesse per rubare qualche istante alle altre attività adiacenti o possibili.
- **Località:** l'attività X è più facile da farsi dopo avere fatto l'attività A, perché spazialmente o mentalmente inerente.
- **Efficacia:** l'attività X è più utile a raggiungere lo scopo rispetto ad altre attività (X', X'', X''') che potrebbero realizzarlo.



Mo.De. è un modello costruito a partire da anni di esperienza sul campo, ricerca, meeting ed è continuamente integrato con il feedback ricevuto da community ed esperti.

Mo.De. è un modello in continua beta, con revisioni progressive e dotato di approccio transdisciplinare che tende ad incorporare le soluzioni migliori derivate da ambiti differenti.

Mo.De. si inserisce in un piano a lungo termine per fare crescere, maturare ed evolvere una psicologia dell'interazione uomo-macchina-uomo (HCH) capace di supportare l'interaction design (IxD) e lo user experience design (UXD).

Last update: 2009-09-09

### Gianandrea Giacoma



gianandrea.giacoma@gmail.com  
ibridazioni.com

Psicologo, Ricercatore in Univ. Cattolica e all'Oss. NumMediaBio dell'Univ. Bicocca, Milano su Knowledge Management, IxD, Nuovi Media e Realtà Virtuale. Consulente di Social Network Design ed l'Enterprise 2.0. Svolge anche ricerca sulla convergenza tra Neuroscienze, Psicologia Dinamica Emergentismo ed Enaction. Membro di Idearium.org e Bazaar.net.

### Davide Casali



davide.stefano.casali@gmail.com  
intenseminimalism.com

Interaction Designer, fondendo differenti ambiti disciplinari quali il design, la programmazione, la ricerca psicosociale e la grafica rappresenta una figura professionale ibrida, seguendo i principi di sintesi, semplicità e naturalezza. Lavora in Maison, the e partecipa in progetti quali WideTag.com, Good50x70.org, Tonight.eu, Idearium.org e Bazaar.net.