

Il 3D dei mondi attivi: Second Life (parte1).

Di Daniele Chiolo
Martedì 31 Luglio 2007 17:05



I mondi attivi sono un sistema di realtà virtuale condivisa che permette di costruire, visitare, esplorare ambienti virtuali e interagire con altri utenti presenti negli stessi ambienti. La novità sta nel mettere insieme la semplicità di utilizzo e la capacità di coinvolgimento dei mondi attivi con le funzionalità avanzate degli applicativi web. I principali elementi che caratterizzano il mondo virtuale sono:

- la possibilità di navigare, cioè di spostarsi da un ambiente all'altro con facilità;
- l'interazione tra gli utenti: gli strumenti di comunicazione utilizzabili permettono di esprimere in modo chiaro e positivo l'immagine degli utenti che, attraverso i mondi attivi, compiono un percorso conoscitivo e formativo o di risoluzione dei problemi.
- la creazione e la gestione dei contenuti;
- l'aggiornamento dell'interfaccia virtuale tridimensionale, dei contenuti e delle informazioni;
- la personalizzazione dei diversi profili di utenza: amministratori, gestori, animatori, utenti finali.

Second Life (SL) è un ambiente virtuale tridimensionale accessibile attraverso Internet. SL è stato creato dalla Linden Labs Inc. di San Francisco ed è il primo tentativo di successo di creazione di una realtà interattiva via Internet. Second Life è una sorta di sub-internet dove è possibile essere presenti sotto forma di personaggio virtuale. Gli utenti possono così navigare in un ambiente 3D, composto di spazi e mondi virtuali creati da altri utenti. La peculiarità del mondo di Second Life è quella di lasciare agli utenti la libertà di usufruire dei diritti d'autore sugli oggetti che essi creano, che possono essere venduti e scambiati tra i "residenti" utilizzando una moneta virtuale (il Linden Dollar) che può essere convertito in veri dollari americani. Gli incontri tra personaggi all'interno del gioco si configurano dunque come reali scambi tra esseri umani attraverso la mediazione "figurata" degli avatar. Second Life viene comunemente utilizzato dai suoi utenti per proporre agli altri partecipanti conferenze, file musicali e video, opere d'arte, messaggi politici/pubblicitari, ecc.; si è inoltre assistito alla creazione di numerose sottoculture all'interno del gioco, che è stato studiato in numerose università come modello virtuale di interazione umana. Le possibilità grafiche e di interazione tra partecipanti offerte dal gioco sono infatti potenzialmente infinite. Mediante un prima iscrizione gratuita (occorre essere maggiorenni), ciascun utente può definire la propria identità (età, etnia, sesso, etc.), esplorare il secondo mondo, incontrare persone,

Il 3D dei mondi attivi: Second Life (parte1).

Di Daniele Chiolo

Martedì 31 Luglio 2007 17:05

divertirsi. SL conta ad oggi una Community di 8.000.000 di utenti e cresce con un ritmo di circa 250.000 nuovi utenti, ogni settimana. Ogni utente può creare un personaggio che lo rappresenti nel mondo di SL (Avatar), in piena libertà e con altissimo grado di personalizzazione. Questo dà la possibilità agli utenti di rappresentarsi non solo come sono, ma come vorrebbero essere. SL rappresenta per le aziende un nuovo modo di comunicare con il proprio target, interagendo direttamente con esso in un modo assolutamente innovativo e non possibile fino ad oggi. Second Life fornisce nuovi orizzonti per il marketing e la comunicazione, permettendo la creazione di spazi virtuali tridimensionali on-line. Le aziende possono così avere uno spazio totalmente personalizzabile in un ambiente tridimensionale, attraverso il quale interagire con gli utenti connessi ad internet. Ci troviamo davanti all'evoluzione di internet ed una reale proiezione nel futuro della realtà virtuale. Second Life è l'inizio del Web 3.0, dove gli utenti navigheranno non più seguendo la logica lineare delle pagine web ma in "small words", ovvero ambienti tridimensionali che riproducono la realtà, mentre le aziende useranno il mondo 3D on-line per comunicare, testare prodotti e promuovere idee. Second Life consente di monitorare il numero di volte in cui un messaggio pubblicitario o un'oggetto è stato visto. Si ha quindi la possibilità di misurare la performance delle campagne di marketing nel V-World. Second life ha tutte le caratteristiche per diventare un fenomeno di massa. In tal senso, è interessante notare le numerose iniziative istituzionali / commerciali / d'intrattenimento / sociali che hanno sempre più visibilità all'interno dei principali mezzi di comunicazione di massa. Tra gli eventi/iniziative più eclatanti ricordiamo quelle di: Toyota Motor Corp., Adidas e Sony, Reuters Group, Endemol, Harvard e Yale, General Motors, Costa Crociere, Gabetti, BNP, Reebok, Warner Bros Music, Dell, Leo Burnett, Cnn, ecc. SL si configura come una sorta di "incubatore" sperimentale in cui è possibile andare a testare: nuovi format di prodotti, servizi, iniziative sociali, culturali e di advertising. In un mondo virtuale si può fare virtualmente qualunque cosa, per quanto tempo lo desideriamo... chattare, esplorare, giocare, andare ad un concerto, fare del business. Second Life è ad oggi il mondo virtuale più diffuso e conosciuto, crescendo in 2 anni da 0 a 8.000.000 di utenti. Un mondo virtuale non può essere considerato un media in se stesso, ma gli oggetti contenuti in esso, sì. Second Life ad esempio, non è un media, ma gli oggetti tridimensionali in esso contenuti, come ad esempio un cartello pubblicitario o un bill-board, lo sono a tutti gli effetti. I mondi virtuali possono essere utilizzati in 5 modi principali: • Per intrattenimento e socializzazione. • Per il commercio, incluso le vendite ed il marketing. • Come tool di business. • Per l'E-learning. • Per l'immagine e la comunicazione.