Cosa Guardi Stasera?

Indirizzo Web del sito

Credenziali di accesso

**Utente**

Username: user

Password: user

**Amministratore**

Username: admin

Password: admin

Componenti del gruppo:

Berton Alessio #matricola

Caputo Valentina 1224456

Corradin Loris #matricola

Volpe Andrea #matricola

Referente del gruppo:

indirizzo email:

INDICE

[1) Analisi dei requisiti 3](#_Toc94465377)

[Obiettivo del sito 3](#_Toc94465378)

[Analisi dell’utenza 3](#_Toc94465379)

[2) Architettura delle informazioni 3](#_Toc94465380)

[Descrizione generale 3](#_Toc94465381)

[La struttura del sito 4](#_Toc94465382)

[Esperienza dei diversi tipi di utente 5](#_Toc94465383)

[Utente non registrato 5](#_Toc94465384)

[Utente registrato 5](#_Toc94465385)

[Amministratore 6](#_Toc94465386)

[3) Realizzazione 6](#_Toc94465387)

[Implementazione del DataBase 6](#_Toc94465388)

[Gestione dei dati 6](#_Toc94465389)

[La scelta di HTML5 6](#_Toc94465390)

[Parole chiave per motori di ricerca 6](#_Toc94465391)

[Realizzazione della grafica 6](#_Toc94465392)

[Accessibilità 6](#_Toc94465393)

[4) Test 7](#_Toc94465394)

[5) Suddivisione dei ruoli 7](#_Toc94465395)

1) Analisi dei requisiti

Obiettivo del sito

|  |
| --- |
|  |

L'esperienza del lockdown, combinata all'aumento dei servizi offerti, ha portato ad un notevole incremento degli abbonamenti a piattaforme di streaming video. Con l'aumentare degli utenti è cresciuta anche l'offerta, che è diventata sempre più ricca, eterogenea e multicanale. Come conseguenza, i film disponibili sono sempre di più, se decidiamo di guardare un film abbiamo un ricco elenco tra cui scegliere e il rischio che si corre è di passare più tempo a cercare il film piuttosto che guardarlo.

Per questo l’obiettivo del nostro progetto è realizzare un sito che aiuti l’utente, abbonato ad almeno una piattaforma, nel selezionare le informazioni veramente necessarie affinché possa scegliere velocemente il film da vedere.

Analisi dell’utenza

Prendendo spunto dai risultati della ricerca “The Media Challenge: tra fruizione lineare e on-demand” condotta da BVA Doxa, e dall’articolo “Boomers, Generazione X, Y e Z, qual è il tuo Target?”, pubblicato da TREEDEA, si è scelto di prediligere come target di utenti la fascia dei Millennials. Con questo termine ci riferiamo ai cosiddetti nativi digitali, ovvero alla generazione dei nati tra il 1980 e il 1994. Sono, infatti, i Millennials che prediligono i servizi offerti da piattaforme di streaming video, come dimostrato dal fatto che “gli abbonati tra i Millennials sono +17% rispetto agli abbonati tra i Baby Boomers” e sono i Millennials che, con molta più probabilità, scelgono i contenuti anche sulla base di “iniziative meno formali”, intendendo con questo le campagne e i contenuti sui social e il passaparola.

Sulla base di questi dati ci aspettiamo di avere come utenti persone di età superiore ai 28 anni, con almeno un abbonamento ad una piattaforma di streaming video e che utilizzano il web per avere suggerimenti riguardo alla scelta del film da vedere.

2) Architettura delle informazioni

Descrizione generale

Per raggiungere l’obiettivo del nostro progetto il sito si compone di due parti ritenute centrali: il modo in cui viene implementata la ricerca del film e l’aspetto sociale, inteso come la possibilità di interagire all’interno del sito.

**Ricerca del film**

Per quanto riguarda la ricerca del film, siamo partiti dai criteri di selezione proposti dalle diverse piattaforme e dai siti dei nostri possibili competitors. In linea generale l’utente può cercare il film utilizzando la barra di ricerca, e quindi conoscendo già il titolo del film o l’attore o il regista, oppure può cercare il film sulla base di determinati criteri come:

* Genere
* Nazione
* Anno di produzione
* Premi ricevuti
* Voto degli utenti
* Disponibilità, intesa come la piattaforma streaming dove poter trovare il film

Su questa base abbiamo impostato il nostro sistema di ricerca ed abbiamo aggiunto due ulteriori elementi: il tipo di emozione che l’utente vorrebbe provare guardando il film e il livello di impegno che il film richiede.

L’idea nasce dall’insoddisfazione spesso provata nel trovare il film da vedere, nonostante ci siano già sul web siti che si propongono di aiutare l’utente nella scelta e nonostante gli strumenti di ricerca messi a disposizione dalle piattaforme streaming. Da qua abbiamo iniziato a chiederci come poter fare meglio ed abbiamo preso spunto da alcuni studi di psicologia. Quando le persone prendono decisioni, soprattutto quelle di minor importanza, come può essere appunto il film da vedere, agiscono in maniera irrazionale e impulsiva. Scegliamo un film perché sentiamo il desiderio di svagarci e guardare qualcosa di leggero oppure possiamo avere voglia di qualcosa di impegnativo, che riesca anche a trasmetterci qualcosa (che sia una conoscenza o una emozione). Allo stesso modo possiamo sentire la voglia di guardare un film che ci faccia ridere o piangere o spaventare. In questo senso le emozioni possono avere un ruolo importante nel processo decisionale, indirizzandoci verso un genere di film piuttosto che un altro. Le emozioni si distinguono secondo due dimensioni: il loro tipo e la loro intensità. Per quanto riguarda il tipo si fa riferimento alle sei emozioni primarie identificate da Paul Ekman e sono: gioia, tristezza, paura, rabbia, disgusto e sorpresa, mentre quando si parla di intensità si fa riferimento al grado di attivazione fisiologica associata all’emozione.

**Aspetto sociale**

L’aspetto sociale viene curato tramite la registrazione e la possibilità di leggere e/o scrivere commenti in merito ai film. Come visto nell’indagine sopra riportata, soprattutto i Millennials scelgono i contenuti da vedere sulla base dei commenti sui social e sul passaparola, per questo abbiamo ritenuto importante mantenere e sottolineare questo aspetto all’interno del nostro sito.

La struttura del sito

Dall’analisi fatta in precedenza abbiamo definito la struttura del sito, individuando cinque voci nel menù principale:

* *Home*: Lo scopo della homepage è introdurre e spiegare all’utente che accede per la prima volta cosa il sito ha da offrire per lui. Il focus è posto sul cercare di catturare l’attenzione dell’utente, cogliere il suo senso di frustrazione legato al non trovare qualcosa da vedere, per poi proporgli la nostra soluzione.
* *Cerca Film*: Questa pagina è costruita sottoforma di ricerca avanzata ed ha lo scopo di dare la possibilità all’utente di restringere il numero di film tra cui scegliere in maniera più mirata possibile. Per evitare di creare l’effetto disorientamento, è stata fatta una selezione dei criteri di ricerca, mantenendo quelli che per noi sono di primaria importanza. In particolare, pensando al nostro possibile utente, si è scelto di mantenere i criteri legati alla disponibilità del film, quindi l’utente può selezionare la piattaforma e la presenza di sottotitoli e audio descrizione per persone con disabilità uditiva e visiva. Sulla base dei criteri di ricerca usati dalle piattaforme e dai siti web consultati, si è mantenuta la possibilità di scegliere il film sulla base del genere o del rating. Infine, come nostro elemento distintivo, abbiamo aggiunto i due criteri di ricerca identificati dalla sigla mood, in riferimento al tipo di emozione che si vorrebbe provare guardando il film, e livello di impegno, inteso sia come intensità dell’emozione, e quindi del coinvolgimento emotivo indotto dal film, sia delle risorse cognitive richieste.
* *Criteri di ricerca*: avendo introdotto dei criteri di ricerca particolari e poco utilizzati si è ritenuto importante dare la possibilità all’utente di approfondire questi criteri, in modo da apprezzarli meglio e utilizzarli di più nelle sue ricerche.
* *Registrati*: Essendo per noi importante l’aspetto social, vogliamo dare la possibilità a tutti di accedere al sito, rendendo la registrazione più facile e veloce possibile. Per questo abbiamo ridotto i dati richiesti per l’accesso a nome utente, data di nascita e password.
* *Accedi*: Tramite questa pagina l’utente potrà accedere ai diversi servizi offerti dal sito e la sua esperienza cambierà in funzione del suo essere semplice utente o amministratore.

Esperienza dei diversi tipi di utente

Utente non registrato

L’utente non registrato può accedere a tutti i servizi minimi che il sito offre, avendo la possibilità di ricercare e accedere a tutte le informazioni relative ai film, commenti compresi. L’esperienza offerta a questo tipo di utenti è “passiva”, ovvero chi entra nel sito senza essere loggato potrà visualizzare i contenuti ma non potrà interagire con essi.

Utente registrato

L’utente registrato ha un’esperienza più interattiva e può prendere parte ai contenuti lasciando un commento al film visto. In particolare, l’utente che effettuato l’accesso, vede comparire la voce utente nel menù principale e da qua potrà selezionare quattro pagine:

1. Profilo: è la pagina riassuntiva dell’utente che contiene la foto profilo, modificabile, i dettagli relativi ai dati forniti in fase di registrazione, le proprie statistiche con i numeri sui film visti, salvati e valutati, ed infine la possibilità di effettuare il log-out. L’idea di rendere visibili le proprie statistiche ha la funzione di dare un feedback all’utente, che potrebbe aumentare l’utilizzo del sito. Questo potrebbe essere la base per creare un aggancio con l’utente, sfruttando questo dato per creare dei livelli di utente e promuoverlo una volta raggiunto una certa soglia. Considerando le finalità didattiche del progetto e dovendo fare una selezione ti tutte le possibili idee che ci sono venute in mente, questa parte non è stata sviluppata. Oltre al dato numerico, la parte relativa alle statistiche fornisce i link alle relative pagine, in modo da renderne più veloce l’accesso.
2. Film visti: è la pagina che contiene l’elenco di tutti i film visti dall’utente. Ciascun film è un link che porta alla relativa scheda e per ognuno di questi è data la possibilità di valutare il film. Questo viene messo perché per noi è importante l’aspetto sociale e i commenti degli utenti sono contenuti di grande importanza. Per questo abbiamo deciso di mettere un link rapido alla valutazione.
3. Film salvati: questa pagina contiene l’elenco di tutti i film salvati e funziona da promemoria per l’utente, ovvero andrà ad inserire in questa lista tutti i film che non ha ancora visto, ma che vorrebbe vedere o che vorrebbe comunque salvarsi per un secondo momento.
4. Film valutati: come le precedenti, anche questa pagina ha l’aspetto di un elenco di film, ma contiene tutti i film che sono stati valutati, ovvero quei film in cui l’utente ha lasciato un commento. Questa fornisce l’accesso rapido ai commenti rilasciati.

L’esperienza diversa riservata a questo tipo di utente è caratterizzata dal dargli la possibilità di

* Segnare i film che ha già guardato e consultarli nella lista dei film visti nel profilo personale,
* Salvare i film che vuole vedere e andarli a ritrovare nel profilo personale, da dove potrà poi spostarli nella lista dei film visti,
* Votare e lasciare un commento al film visto e andarlo poi a rivedere accedendo all’elenco dei film valutati tramite profilo personale.

Amministratore

L’amministratore ha tutti i benefici dell’utente registrato, con l’aggiunta che si occupa della gestione dei contenuti. In particolare solo l’utente amministratore può inserire un film o un attore. La logica di inserimento prevede che l’amministratore inserisca un nuovo film sulla base di tre elementi:

1. Generale: fa riferimento a tutto ciò che riguarda esclusivamente il film, per cui titolo, la lingua del titolo, trama, la locandina e la relativa descrizione, Paese, anno e durata;
2. Categorie: fa riferimento ai criteri di selezione utilizzati nella ricerca avanzata del film, per cui l’amministrazione può selezionare il livello di impegno, il mood, il rating, il genere e la piattaforma con i relativi criteri di accessibilità (sottotitoli e audio-descrizione);
3. Attori: l’idea è che l’utente amministratore utilizzi la barra di ricerca per selezionare gli attori già presenti nel database, per cui l’inserimento del film avverrà solo dopo aver creato la scheda dell’attore.

L’inserimento dell’attore è più semplice e richiede le seguenti informazioni:

1. Nome e cognome
2. Data di nascita ed eventuale data di morte
3. Note sulla carriera
4. Caricamento della foto dell’attore con relativa parte di descrizione

3) Realizzazione

Implementazione del DataBase

Partendo dalle analisi fatte in precedenza abbiamo sviluppato lo schema ER del nostro database e abbiamo definito le tabelle (si veda file).

<img>

Come è possibile vedere dallo schema ER, si è scelto di separare la lista dei generi, fonte di ricerca ambigua, dagli altri criteri di categorizzazione del film, unici per ogni film. Pensando al nostro obiettivo, infatti, si è pensato che la ricerca per genere per individuare il tipo di film da vedere non sia molto soddisfacente per chi ha già le idee confuse, in quanto dà molti risultati e con film molto diversi tra loro raggruppati insieme. In un’ottica di ridurre il numero di film tra cui scegliere e dare risultati più mirati (e raggiungere così il nostro obiettivo), si è scelto di considerare i criteri di ricerca mood e livello di impegno come univoci, per cui ad ogni film si seleziona solo un’emozione, per quanto consapevoli che attribuire un’unica emozione al film possa sembrare riduttivo.

La regia non è stata inserita come attributo, in quanto abbiamo considerato che un film potrebbe avere più di un regista, ed è stato tenuto conto del fatto che un regista può essere anche attore nel film.

Gestione dei dati

La scelta di HTML5

Considerando che la fascia di utenti a cui ci rivolgiamo è abbonata ad almeno una piattaforma streaming e che i siti delle diverse piattaforme utilizzano HTML5, la nostra scelta è stata quella di realizzare il sito con lo standard HTML5.

Parole chiave per motori di ricerca

Realizzazione della grafica

Accessibilità

Il focus sull’accessibilità è stato costante e trasversale. Partendo dalla progettazione dei contenuti, abbiamo basato la ricerca del film su criteri il più inclusivi possibili, dando la possibilità all’utente di selezionare film con sottotitoli per le persone con disabilità uditiva e con audio-descrizione per le persone con disabilità visiva. Per le persone con eventuale disabilità cognitiva si è pensato al possibile utilizzo del criterio livello di impegno, considerando che film classificati come “alto” hanno una trama complessa e per questo difficili da seguire.

Struttura del sito: l’idea di selezionare la lingua del titolo, la descrizione per ogni immagine…

4) Test

5) Suddivisione dei ruoli

Berton Alessio #matricola:

Caputo Valentina 1224456:

Corradin Loris #matricola:

Volpe Andrea #matricola