



E-knowledge e oltre

Fortunato Sorrentino

Collaboratore LTE - Laboratorio Tecnologie dell'Educazione,
Facoltà di Scienze della Formazione, Università di Firenze
fortunato.sorrentino@virgilio.it

Abstract

«The nature of knowledge is that it makes itself obsolete». Drucker così avverte chi gli pone la domanda su come gestire il cambiamento in una situazione in cui conoscenza, apprendimento e lavoro fondono simultaneamente le loro esigenze di qualità. La nostra riflessione parte dalla considerazione che il knowledge-conoscenza, in una società che pur si definisce *Knowledge Society*, è tuttavia estremamente deteriorabile. Il suo valore si sgretola, la sua «vita di scaffale» è brevissima, a meno di un continuo rinnovamento che si ottiene attraverso scambi e trasformazioni. Il concetto di *e-knowledge*, introdotto nel 2003 da Mason, Nelson & Lefrere nell'ampio saggio *Transforming e-Knowledge: A Revolution in the Sharing of Knowledge*, ha attecchito rapidamente. Gli autori, appoggiandosi ad un neologismo, hanno catturato i cambiamenti in corso e le prospettive dell'«esperienza del conoscere» in una società, come la nostra, molto legata alla tecnologia come digitalizzazione spinta dell'informazione in tutti i suoi supporti. Percorreremo, seguendo questi autori, la distanza tra conoscenza comunemente intesa, ed *e-knowledge* come «conoscenza a componente digitale». Osserveremo inoltre i processi di conoscenza/apprendimento emergenti.

1. E-world ed e-knowledge

È una moda espressiva quella di utilizzare il prefisso *e-* per molte cose del nostro tempo dense di elettronica: concetti e oggetti, ambienti e strumenti intrisi di una certa qualità che li rende «virtuali», intriganti e, non di rado, alquanto misteriosi. Così chiamiamo questo mondo *e-World*, un concetto-immagine che ci accompagnerà, accanto a quello dell'*e-knowledge*.

L'*e-world* è lo sfondo sul quale si sviluppano i fenomeni turbolenti che trovano radici nella tecnica contemporanea: il cyberspazio ancora e sempre, poi i *next media*: giornalismo partecipativo, *webcasting*, *podcasting*, blogging, *geomapping*, 3D browsing, e oltre. Altri stili emergenti sono: la vita *on-the-move* grazie al *wireless*, il *computing* appoggiato alle nanotecnologie, il tribalismo telematico dei giovani. Ogni quadro di questa scenografia è in evoluzione. Nell'*e-world* la trasformazione più importante, tuttavia, è quella che riguarda la «conoscenza», o «knowledge»,¹ nome-ombrello inglese tra i più popolari dei nostri tempi.

«The nature of knowledge is that it makes itself obsolete». Drucker (2000) così avverte chi gli pone la domanda su come gestire il cambiamento quando conoscenza, apprendimento e lavoro fondono simultaneamente le loro esigenze di efficacia e qualità. La nostra riflessione parte dalla considerazione che il knowledge-conoscenza, in una società che si definisce *Knowledge Society*, è tuttavia estremamente deteriorabile. Il suo valore si sgretola, la sua «vita di scaffale» è brevissima, a meno di un continuo rinnovamento che si ottiene attraverso scambi e trasformazioni.

Utilizzando tecnologie già sviluppate o che diverranno mature a breve, vengono ideate e si diffondono rapidamente in molti campi nuove pratiche di gestione della conoscenza. In questa trasformazione gioca fortemente l'effetto *push* dei concetti e delle realizzazioni, sebbene sperimentali, della cosiddetta Ambient Intelligence (Riva et al., 2005). Il campo dell'istruzione, in particolare, si trova in posizione privilegiata per trarne i maggiori benefici e assumere una posizione di primo piano.

Tutto ciò viene chiamato «e-knowledge», parola nuova, coniata apposta per meglio caratterizzare le nuove forme di conoscenza che si intravedono.

2. Il cambio di paradigma

«Paradigm shift» (cambio di paradigma)² è l'espressione favorita — e molto abusata — con cui, nella letteratura anglosassone che si occupa di tecnologie o di scien-

¹ In italiano *knowledge* si può rendere sia con «conoscenza» sia con «sapere». Abbiamo scelto di rendere il «knowledge» del nostro discorso con «conoscenza». Quello che ci interessa qui maggiormente è l'aspetto dinamico, attivo del concetto (gli atti del conoscere), piuttosto che l'aspetto fattuale del risultato (i saperi).

² L'espressione «*paradigm shift*», alla sua origine, racchiude un concetto notevole, dovuto allo scienziato Thomas S. Kuhn e alla sua opera «*The Structure of Scientific Revolutions*» (Kuhn, 1996). Vedi anche (Farioli, 1999).

ze organizzative, gli autori denotano un cambio radicale di modello o di sistema. Norris, Mason e Lefrere, nell'opera da cui traiamo spunto *Transforming e-Knowledge – a Revolution in the Sharing of Knowledge* (Norris et al., 2003), sono andati molto oltre l'osservazione, ormai alla portata di tutti, circa la straordinaria estensione delle risorse d'informazione rappresentate dal web e favorite dalla connettività di Internet. L'e-knowledge, come scrivono NM&L,³ inventori del termine, è un *paradigm shift*, anzi un *jump shift*, un cambio di marcia «senza usare la frizione», a significare l'improvviso salto a scalino nell'accelerazione dei processi di conoscenza.

Nell'affrontare l'ampio tema del *knowledge* e del *Knowledge Management* gli autori rilevano la situazione di «arcipelago culturale» delle grandi sedi del sapere — scuole, università e accademie — piuttosto insensibili a una condivisione sistematica del sapere e, quanto alla ricerca, impegnate in analisi approfondite, ma in isolamento. Invece di elaborare teorie esistenti o proporre delle nuove, NM&L raccolgono una vasta base di fatti, pensieri e testimonianze, e su questa, producono proposte e provocazioni, ossia un «manifesto», «a manifesto for the e-Knowledge Industry», come viene appunto presentato *Transforming e-Knowledge*. L'opera esprime un autorevole pensiero plurale, quello di una squadra internazionale di autori, accademici, esperti ed esponenti politici, appoggiati da una delle più ampie sponsorizzazioni nell'area del *learning*.⁴ A loro fu chiesto di riflettere sulla seguente questione: la drammatica necessità, da parte dei singoli individui, delle imprese e delle istituzioni, di migliorare la capacità di acquisire, assimilare e condividere la conoscenza, data la costante pressione di un regime di cambiamenti dirompenti. La risposta è immersa nel denso e complesso materiale prodotto (un libro di oltre centottanta pagine), che si potrebbe riassumere in una parola: innovazione. Un nuovo vocabolario è richiesto da ogni trasformazione, come nel caso del termine «e-knowledge». Le vecchie parole portano il fardello di significati stabiliti, una nuova terminologia e metafore fresche sono necessarie per descrivere come la conoscenza e l'«ecologia della conoscenza» si sviluppano all'interno delle organizzazioni. Occorre adottare una «revolutionary vision», una «expeditionary strategy»: davanti all'immagine di un futuro caotico e sostanzialmente imperscrutabile, si procede come in una spedizione di esploratori, mantenendo aperte tutte le scelte, per individuare i sentieri di migrazione più sicuri.

3. Knowledge ed e-knowledge a confronto: significati e valori

Knowledge Management. Knowledge Society. Knowledge Engineering. Knowledge Industry. Knowledge Theory. Knowledge Worker... Il termine «knowledge» è alla base

³ Abbreviazione che adottiamo per designare il gruppo di autori Norris, Mason e Lefrere.

⁴ Vedi (Norris et al, p. 165). Da rilevare tra gli sponsor il grande progetto MOBIlearn Project (www.mobilearn.com).

di molte locuzioni frequentemente usate nel lessico contemporaneo, nonostante «knowledge-conoscenza» sia un concetto non facile da puntualizzare.⁵

Seguiremo principalmente, ma non solo,⁶ la traccia dei nostri autori NM&L, condivisa anche da Nathan Shedroff, studioso di *information architecture* e originale *experience strategist* (Shedroff, 1994). Interpretiamo la conoscenza come un anello intermedio di una *value chain* (catena del valore) che vede a un estremo i «dati» e all'estremo opposto la «saggezza», come in figura 1.

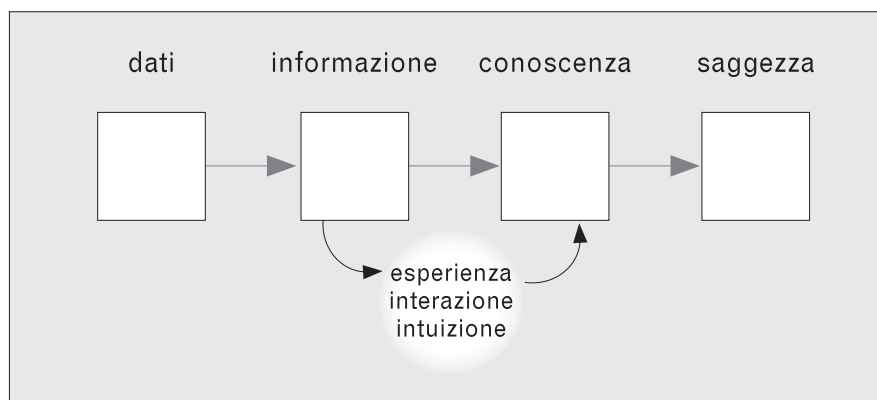


Figura 1 La «catena del valore» della conoscenza (rielaborazione da Shedroff, 1994).

DATI

Che cosa sono i dati? Sono la materia prima di cui ci serviamo per comunicare, tuttavia in sé sono entità prive di significato e di messaggio. Come possiamo spesso verificare, i dati sono «noiosi» e, senza trasformazioni ulteriori, essi sono privi di valore. Osserva argutamente Shedroff, i dati «fanno bene» solo a chi li produce, non sono veramente intesi per i consumatori, travolti da un diluvio di «fatti» e lasciati soli a ritrovarne il senso.

INFORMAZIONE

L'informazione consiste in dati che sono stati organizzati in modo da acquistare un significato. Ciò ne richiede l'interpretazione, cioè la creazione di relazioni reciproche, l'evidenziazione di un *pattern*, la sistemazione in una presentazione.

⁵ Le discussioni epistemologiche sul *sapere-conoscenza* sono innumerevoli ed irrisolte - se ne discute dal tempo dei Sofisti. Anche il KM (Knowledge Management) è un tema dibattuto e sovente controverso. Per noi il KM ha significato, certamente nei termini molto creativi e sociali di NM&L, e se inteso simultaneo al LM (Learning Management).

⁶ Oltre agli autori citati, e a parte i molti «classici», noi prediligiamo John Seely Brown e Paul Duguid che trattano, in armonia con quanto sopra, di «*knowledge and learning... in relation to practice and information*», in «*Learning – in Theory and in Practice*», il capitolo 5 del magistrale libro «*The Social Life of Information*» (Brown et al., 2003, p. 112-146).

CONOSCENZA

La conoscenza infine è «informazione presentata in un contesto specifico, tale da generare nei membri di una comunità una comprensione applicativa di quel contesto» (Norris et al., 2003, p. 2). Rileviamo che sono messi in risalto i concetti di «applicazione», quindi di esperienza, di «comunità» e di «contesto», rivelando l'importanza che viene data ai passi della *pratica*, della *condivisione* e dell'*ambiente*. Come ci arriva la conoscenza? Quello che si trasferisce è informazione, mentre la conoscenza non esiste al di fuori di un «conoscente umano». ⁷ Possiamo affermare che alla conoscenza (come concetto generale) approdiamo:

- attraverso l'esperienza: «All doing is knowing and all knowing is doing» (Maturana e Varela); ⁸
- attraverso l'interazione (e, per estensione, la comunicazione) con altri: «Global knowledge ... relies on such heavy levels of shared understanding and agreements about communication» (Shedroff, 1994, p. 5); ⁹
- molto spesso con un processo mentale, l'intuizione.

Più avanti contrapporremo i due concetti, knowledge-conoscenza a *e-knowledge*.

SAGGEZZA

All'estremo destro di figura 1 è posta la saggezza. Che cosa costituisce veramente saggezza? NM&L suggeriscono che saggezza è «vista penetrante» (*insight*), il risultato di una riflessione (o constatazione) circa un'applicazione di conoscenze coronata dal successo o il risultato di una sintesi di conoscenze. La saggezza si colloca su di un livello di astrazione più alto rispetto alla conoscenza, è conoscenza distillata dall'intuizione e dall'esperienza. «La saggezza è un livello molto intimo del comprendere, una specie di meta-conoscenza di processi e relazioni, ottenuta attraverso l'esperienza» (Shedroff, 1994, p. 5). Essa non si può creare e nemmeno condividere come la conoscenza ed è, in ultima analisi, un livello di comprensione che deve essere ottenuto solo attraverso se stessi.

3.1 L'effetto del digitale

Nel momento in cui la materia bruta dei dati diventa *digitale*, l'intero ecosistema della conoscenza si trasforma rispetto al suo assetto precedente, quello, per così

⁷ Solomon Sorin (University of Jerusalem) dice: «*No knowledge outside mind*». Lo illustra in modo avvincente con una serie di schemi grafici in una sua presentazione all'IST Event 2004 (Sorin, 2004). Il sapere non si trasferisce – avverte Sorin – ciò che è possibile è: «contrarre» il sapere in un'interazione sociale, «come si contrae un'influenza».

⁸ Citati in (Bond, 2005, p. 5). Il riferimento è (Maturana, et al., 1992, p. 27).

⁹ «Una conoscenza di tipo globale si appoggia a livelli molto alti di comprensione condivisa e di accordi sui modi della comunicazione»

dire, di pre-rivoluzione digitale¹⁰. La trasformazione di cui trattiamo è rappresentata nel diagramma della figura 2, modificato rispetto al precedente in figura 1.

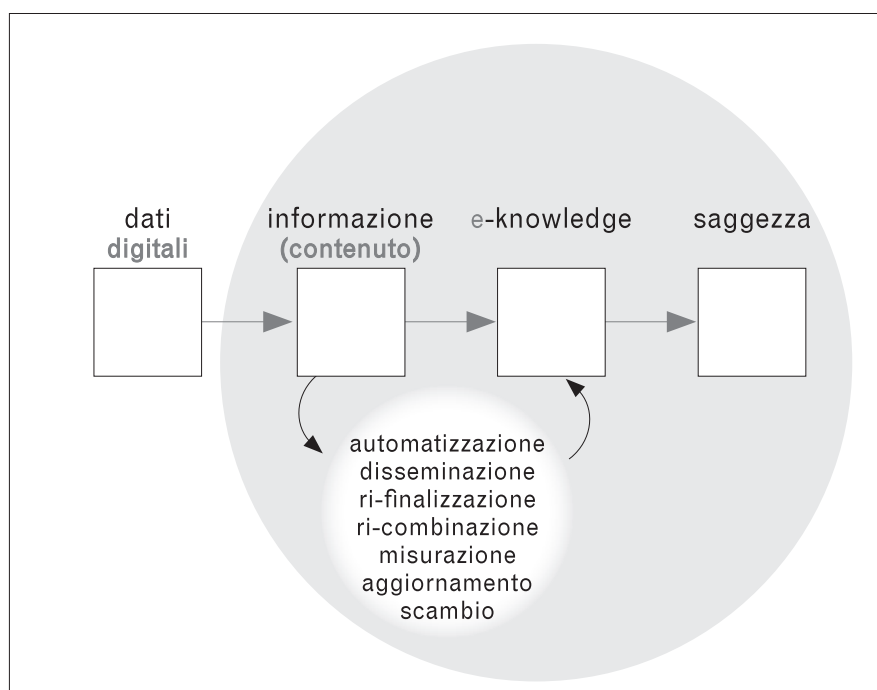


Figura 2 La «catena del valore» dell'e-knowledge.

Quando i dati assumono una rappresentazione digitale, a «informazione» si affianca il termine meno astratto e più specifico di «contenuto», ossia informazione associata a un determinato canale elettronico. L'e-knowledge, come nuovo aspetto della conoscenza, diventa centrale alla sfera dell'apprendimento. Conoscenza e apprendimento si integrano, sostenute da sistemi informatici la cui architettura recentemente¹¹ va assumendo un profilo di «Knowledge and Learning Management Systems» (Educause, 2005).

Le azioni che «trasformano» l'informazione in e-knowledge sono più numerose e articolate che nello schema precedente. Il transito tra i due nodi, in figura 2, rappresenta le seguenti possibilità:

- atomizzazione, un neologismo per indicare che l'informazione si presta a essere ridotta a frammenti ricombinabili;

¹⁰ Come data di confine potremmo prendere l'apparizione di *being digital* di Negroponte (Negroponte, 1995). Oppure l'Agosto 1991, con Tim Berners-Lee che inventa il WWW.

¹¹ Questa tendenza è confermata dall'evento, nell'Aprile del 2005, del 1° Workshop internazionale intitolato, significativamente, *Learner-Oriented Knowledge Management & KM-Oriented e-learning*, LOKMOL 2005, (<http://wm2005.iese.fraunhofer.de/workshop3-en.html>)

- disseminazione, il raggiungere un numero elevatissimo di destinazioni con basso rischio di corruzione del significato;
- ri-finalizzazione (*repurposing*) di contenuti, l'utilizzo di materiale digitale preesistente sul quale si modella una nuova finalità (un nuovo obiettivo didattico);
- ri-combinazione, come per i *learning objects* e gli *SCO (Sharable Content Object)*;
- misurazione, ad esempio per fini commerciali;
- aggiornamento: eseguibile con grande flessibilità, al fine di mantenere elevati il valore e la *currency*¹² dell'informazione;
- scambio e condivisione, attraverso le reti e i media digitali: sono le azioni più forti, e dagli effetti più profondi, tra le dinamiche umane applicate alla conoscenza.

L'immagine nella figura 2 va interpretata come una scala di valori, non come una progressione lineare. Ciò che avviene è una tessitura complessa e una trasformazione continua dei bit, o elementi digitali, che si combinano con l'apporto della nostra intuizione e il cui significato cambia secondo il contesto e l'interazione con i partecipanti.

Se l'interpretazione analitica dell'e-knowledge appare complessa, possiamo avvalerci della magistrale sintesi di John Seely Brown che rileva la qualità condizionale esibita dalla conoscenza, al nostro tempo: «What do we know that we didn't know ten years ago? That learning and knowledge are the result of multiple, intertwining forces: content, context, and community»¹³ (Brown 1999, p. ix).

4. Prospettive essenziali

La distanza tra knowledge ed e-knowledge potremmo esprimerla, in immagini di pittura, come la distanza tra un composto e luminoso Klee e un vibrante ed intricato Pollock, ventinove anni dopo (figura 3). Le previsioni di *Transforming e-knowledge* «scadono» nel 2010. Dobbiamo domandarci, ad oggi, qual è la distanza percorsa, dov'è arrivata la «spedizione» dei saggi della Knowledge Society.

La tecnologia è diventata più trasparente, più accessibile? Da un lato continua a ostacolarci il *nonsense* di certo linguaggio informatico che, sempre più fitto, si avvicina allo *Jabberwocky*¹⁴ delle storie di Alice. Dall'altro, con una facilità incredibile, tutti possono creare in pochi secondi un *knowledge repository* personale

¹² *Currency*: lo stato di essere aggiornato e accettato, comunemente conosciuto e usato in molti luoghi.

¹³ «Che cosa conosciamo che non conoscevamo dieci anni fa? Che apprendimento e conoscenza sono il risultato di forze multiple e interlacciate: *contenuto, contesto e comunità*».

¹⁴ *Jabberwocky* è la nota filastroca in *Attraverso lo specchio* di Lewis Carroll, fatta di parole inglesi portmanteau (*twas brillig and the slithy toves ...*), resa anche in italiano (Crespi, 2005).

sul web condividendo migliaia di *tag* e centinaia di migliaia di pagine,¹⁵ qualcosa d'impensabile nel 2003.

Alla domanda «come ci arriva la conoscenza?» oggi potremmo anche rispondere «con i k-blog». ¹⁶ Alla domanda «come diamo significato all'informazione?», oggi potremmo rispondere «tutti insieme», con gli strumenti di *social bookmarking* (Lomas 2005), un approccio che sta facendo scricchiolare le nostre idee su come si organizza la conoscenza. L'*aboutness*¹⁷ di un elemento (tipicamente digitale) di conoscenza viene deciso socialmente, togliendo agli esperti dei motori di ricerca e di biblioteconomia l'appannaggio esclusivo della classificazione e significazione del sapere.

In questo stato di cose è certamente aumentato il rischio di proporre abbondanza di informazione e comunicazione digitale come sistema per realizzare la conoscenza, sostituendole alla variegata esperienza diretta del mondo. È ciò che Brown e Duguid segnalano come il pericoloso «feticismo dell'informazione» (Brown et al., 2003, p. xvi).

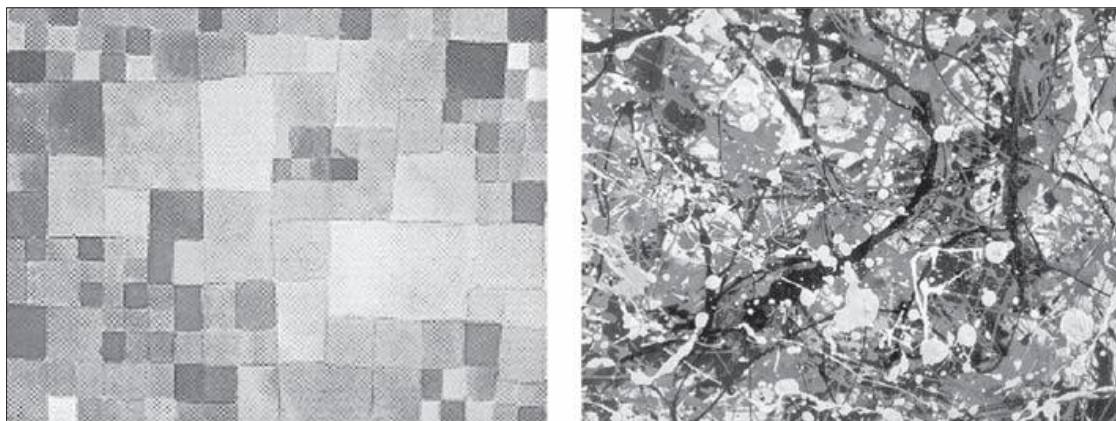


Figura 3 Knowledge e e-knowledge in immagini: *Flora auf sand*, Paul Klee, 1927, n. 8, Jackson Pollock, 1949.

5. Knowledge 2.0

Concludendo sull'e-knowledge, Norris, Mason e Lefrere suggeriscono persuasivamente che la *e-* sia superflua in «e-knowledge» e nelle varie e-locuzioni della

¹⁵ *My Web 2.0 Beta* di Yahoo (Yahoo, 2005).

¹⁶ *K-blog* ovvero *Knowledge-blog* oppure *Personal Knowledge Blog*: un ricercatore dell'Università di Montréal ce ne offre un'introduzione ampia e chiara (Paquet, 2002).

¹⁷ «Essere-intorno-a» o «circolarità» di un soggetto/documento. Di *aboutness* nel contesto dei *social tools* si occupa espressivamente David Weinberger, uno dei più acuti analisti attuali di questa materia (Weinberger, 2005).

nostra era digitale. Le componenti digitali di queste entità e le loro dotazioni di tecnologia sono infatti divenute talmente intrinseche che non vi è motivo di fare delle distinzioni. Quindi non più e-knowlege, e nemmeno *e-learning*, *e-work*, *e-business*, *e-commerce*, ecc.

Nello «Zeitgeist» dell'anno corrente si percepisce una nuova curvatura, il segno di un'ulteriore trasformazione nei modi della conoscenza, non ancora precisata e alla ricerca di un'interpretazione. L'evoluzione del knowledge-conoscenza non è arrivata a regime, al contrario: congelarla sotto un «vecchio» lemma non è conveniente. Per questo adottiamo termine *Knowledge 2.0*, come fanno gli editori di software quando annunciano la seconda release, immancabilmente instabile, di un prodotto di recente lancio.¹⁸

La qualità dinamica della conoscenza, già compresa nell'e-knowledge, è in continua crescita e assume una dimensione preponderante: il navigatore del web non è più costretto solo ad atti di prelievo di informazione statica, ma oggi crea, incrementa in ogni istante lo spazio digitale con milioni di pezzi di testo, di immagini, di video su pagine dinamiche. Con strumenti come Blogger (Blogger, 2005) e un qualsiasi *wiki* scompare ogni barriera tecnologica, tutti possono creare un proprio contributo e introdurre la propria presenza nell'universo digitale. I digerati¹⁹ chiamano ciò *Web 2.0*,²⁰ o web dinamico o *social computing*, o *ambient knowledge* o, ultimamente, *continuous computing*, secondo l'autorevole *Technology Review* del MIT (Roush, 2005).

Negli Stati Uniti si parla di *frenzy*, frenesia.²¹ Attinenti all'«era» del Knowledge 2.0 ci sono le improvvisate grandi acquisizioni: Groove da parte di Microsoft, Skype da parte di eBay, Flickr! da parte di Yahoo. Il primo, una straordinaria soluzione peer-to-peer per la collaborazione professionale a distanza; il secondo, celeberrimo *IP-phone*, uno strumento di interazione sociale per eccellenza; il terzo, popolarissimo sistema per la gestione e condivisione di fotografie. Anche Google, rapidamente, ha messo in campo applicazioni nettamente «sociali», come Gmail e Google Earth.²² Un'intera nuova generazione di *social software* e *social networking*²³ è apparsa con funzione di potente attrattore dei giovani di tutte le nazioni. Negroponte del MIT, tecnocrate e grande mediatico, progetta e sbandiera l'HDL, il portatile-da-

¹⁸ In realtà, per la saggistica, è stata Esther Dyson con il libro *Release 2.0* (Dyson, 1997) che spiega le trasformazioni di Internet, a iniziare lo «stile» delle release numerate.

¹⁹ *Digital* (en)+*literati* (lat), neologismo per identificare le persone protagoniste della nuova cultura informatica e del web.

²⁰ Non si tratta beninteso di Web Semantico. Web 2.0 rappresenta uno sviluppo del tutto ortogonale al Web Semantico.

²¹ Il fenomeno include Cina, Giappone e altre nazioni.

²² Gmail: <http://mail.google.com/mail/help/about.html>; Google Earth: <http://earth.google.com/>.

²³ La lista non potrà essere esaustiva, vista la vivacità del settore. Ad oggi possiamo contare Friendster, LinkedIn, Flickr!, De.li.cious, Technorati, Yahoo My Web 2.0, Wikipedia, Google Orkut, ecc.

cento-dollari (*Hundred Dollar Laptop*), gratuito per i ragazzi di tutto il mondo (MIT Media Lab 2005).

È in questione il concetto di conoscenza e interazione diffusa e globale che tanti hanno cercato di rappresentare, dall'«intelligenza collettiva» di Lévy alla *MultiSphere* del WWRF *Book of Visions* (WWRF, 2001, p. 10). La no-

zione di cyberspazio, che ha tenuto fino ai nostri giorni, cede il posto a quella di «information field» (Roush, 2005, p. 2), un campo portatile, invisibile: lo spazio senza confini e senza discontinuità divenuto l'habitat dell'uomo-con-cellulare.

L'etichetta «2.0» applicata o al *web* o al *knowledge* è, al tempo attuale, un segno che identifica un cambiamento e una discontinuità, non uno status-quo. L'instabilità è una qualità intrinseca di questa nuova release del mondo dell'informazione e della conoscenza, essa non ci permette che un bilancio dove accanto agli aspetti positivi e di entusiasmo poniamo un certo numero di incognite. Partecipazione, comunità virtuali, spazi di socializzazione, strumentazione web di facile uso, da un lato ci invitano a una visione illuministica della conoscenza digitale, dall'altro a verificare se non ci sono forse dei contro-argomenti rispetto a tutto ciò. Il livello crescente di *hype*²⁴ (specialmente nei forum e nei blog nordamericani) confonde ed è certamente uno degli aspetti meno felici del dibattito in corso. Negli USA serpeggia il timore che, favorita dalla presenza di tecnologie software dirompenti (Ajax²⁵) l'instabilità dei modelli della nuova generazione induca un *dot-boom* che non aspetta altro che una *dot-bomb* come quella che fece scoppiare la bolla del web 1.0.

I termini di *memes*,²⁶ «2.0» significano: democratizzazione dell'informazione, contenuti generati amatorialmente piuttosto che professionalmente, metadati *bottom-up* creati dal basso (dove basso = utenti) anziché autorevolmente *top-down*, un «web leggi/scrivi» anziché un web *read-only*, interazioni sociali via rete senza limiti. In tutto ciò ci sono rischi, che si intravedono non solo da un'ottica *business*,



Figura 4 Il progetto HDL del MIT (fonte <http://laptop.media.mit.edu/images>).

²⁴ Quasi intraducibile, *hype* (affine a hyper- = iper-) è, nel mondo dei tecnologi e delle tecnologie, il fatto di rendere qualcosa o qualcuno molto importante ed eccitante, attirando in tutti i modi l'attenzione pubblica – una specie di isterismo.

²⁵ Ajax, acronimo per «Asynchronous Javascript and XML» è un nuovo, molto dibattuto, approccio software al web (Masternewmedia 2005).

²⁶ Come definito da Richard Dawkins nel libro *The Selfish Gene* del 1976, un *meme* è un efficace concetto che rappresenta «un'unità di trasmissione culturale o un'unità di imitazione».

come temono le nuove *start-up* americane, ma anche su di un piano concettuale. «Democratizzazione» può essere non distante da «anarchia» dell'informazione, del resto un tratto che è stato sempre presente nella filosofia di Internet. L'enorme produzione di notizie da parte di milioni di autori sconosciuti include un rischio di «banalizzazione» del sapere, una specie di effetto Caligola, l'imperatore che fece senatore il suo cavallo. Di fronte alla massa del fenomeno alcuni temono che anziché di «intelligenza collettiva» si debba parlare a lungo andare di «stupidità collettiva». Al bordo estremo del *knowledge sharing* si trova la «condivisione in anonimato», come è possibile in molti siti «sociali» (ad esempio Myspace.com), aperti a incontrollabili presenze mistificanti o maligne. *Wiki* e *blog*, i re del 2.0, offrono a chi vuole conoscere materia di un'attualità insuperabile, ma nulla ne verifica la qualità.

Forse neppure la release 2.0 ci basterà per interpretare correttamente la *Knowledge Society* dei prossimi anni.

BIBLIOGRAFIA

- Blogger (2005). *Crea un blog in 3 semplici passi*, [documento WWW] URL: <<http://www.blogger.com/start>> verificato il 30.04.2006.
- Bond, P. (26 Jan 2005). *The Reconciliation of Knowledge and Technology Management*, [documento WWW] URL: <<http://www.knowledgeboard.com/download/2003/TMasKM.pdf>> verificato il 30.04.2006.
- Brown, J. S., Duguid, P. (2003). *The Social Life of Information*, Boston, Harvard Business School Press.
- Brown, J. S. (1999). In: Ruggles, R. & Holtshouse, D. (eds) *The Knowledge Advantage: 14 Visionaries Speak on Leveraging Knowledge for Marketplace Success*, Dover, Capstone.
- Crespi, A. (2005). *Il Ciarlestrone, Jabberwocky variations*, [documento WWW] URL: <<http://www76.pair.com/keithlim/jabberwocky/translations/italian1.html>> verificato il 30.04.2006.
- Drucker, P. (12/14/2000). *Need to Know: Integrating e-Learning with High Velocity Value Chains, A Delphi Paper*, [documento WWW] URL: <http://www.delphigroup.com/research/whitepaper_descriptions.htm#elearn%20WP/> verificato il 30.04.2006.
- Dyson, E. (1997). *Release 2.0: A Design for Living in the Digital Age*, New York, Broadway Books.
- Educause Learning Initiative (2005). *Knowledge and Learning Management Systems*, [documento WWW] URL: <<http://www.educause.edu/KnowledgeandLearningManagementSystems/2607/>> verificato il 30.04.2006.
- Lomas, C. (2005). *Educause Resources: 7 Things You Should Know About Social Bookmarking*, [documento WWW] URL: <<http://www.educause.edu/ir/library/pdf/ELI7001.pdf>> verificato il 30.04.2006.
- Farioli Vecchioli, E. (1999). *La febbre dei paradigmi*, Jekyll, Giugno 1999, N. 3. [documento WWW] URL: <http://www.sissa.it/ilas/jekyll/n03/articoli/articolo_4.htm> verificato il 30.04.2006.
- Kuhn, T. S. (1996). *The Structure of Scientific Revolutions*, Chicago, University of Chicago Press, 3rd edition. Edizione italiana: Kuhn, T. S. (1969) *La struttura delle rivoluzioni scientifiche*, Torino, Einaudi.
- Maturana, H., Varela, F., (1992). *The Tree of Knowledge: The Biological Roots of Human Understanding*, Boston, Shambhala.
- MIT Media Lab (2005). *\$100Laptop*, [documento WWW] URL: <<http://laptop.media.mit.edu/>> verificato il 30.04.2006.
- Negroponte, N. (1995). *being digital*, New York, Alfred A. Knopf, Inc.
- Norris, D., Mason, J., Lefrere, P. (2003). *Transforming e-Knowledge: A Revolution in the Sharing of Knowledge*. Ann Arbor, The Society for College & University Planning, URL: <<http://www.scup.org/eknowledge/>> verificato il 30.04.2006.
- Paquet, S. (10/01/2002). *Personal knowledge publishing and its uses in research*, Université de Montréal, [documento WWW] URL: <<http://radio.weblogs.com/0110772/stories/2002/10/03/personalKnowledgePublishingAndItsUsesInResearch.html>> verificato il 30.04.2006.

- Riva, G., Vatalaro, F., Davide, F. & Alcañiz M. (eds) (2005). *Ambient Intelligence - The Evolution of Technology, Communication and Cognition Towards the Future of Human-Computer Interaction*, Amsterdam, IOS Press.
- Anche come [documento WWW] URL: <<http://www.emergingcommunication.com/>> verificato il 30.04.2006.
- Roush, W. (2005). *Social Machines* (Aug 2005). In: Technoloy Review.com [documento WWW] URL: <http://www.technologyreview.com/articles/05/08/issue/feature_social.asp> verificato il 30.04.2006.
- Shedroff, N. (1994). *Information Interaction Design: A Unified Field Theory of Design*, [documento WWW] URL: <<http://www.nathan.com/thoughts/unified/unified.pdf>> verificato il 30.04.2006.
- Sorin, S., (2004) *Workshop «Knowledge Anywhere Anytime», in Augmenting human capabilities and creating knowledge*, IST Event 2004, The Hague. [documento WWW] URL: <http://europa.eu.int/information_society/istevent/2004/cf/document.cfm?doc_id=1152> verificato il 30.04.2006.
- Weinberger, D. (March 14-17, 2005). *The Unspoken of Groups*, eTech 2005 Conference. [documento WWW] URL: <<http://www.hyperorg.com/misc/unspokengroups.html>> verificato il 30.04.2006.
- WWRF, (2001). *The Book of Visions 2001*, Wireless Word Research Forum, Version 1.0, December 2001 [documento WWW] URL: <http://www.wireless-world-research.org/general_information/Bookofvisions/BoV1.0/BoV/BoV2001v1.1B.pdf> verificato il 30.04.2006.
- Yahoo, (2005). *My Web 2.0 beta*, Yahoo!Search (Aug. 2005) [documento WWW] URL: <<http://myweb2.search.yahoo.com>> verificato il 30.04.2006.