



Dal web 2.0 alla library 2.0

Nicola Benvenuti

nbenven@gmail.com

L'articolo del 2005 di Tim O'Really tradotto anche in italiano, Cosa è Web 2.0. Design Patterns e Modelli di Business per la Prossima Generazione di Software (<http://www.xyz.reply.it/web20/>), ha suggerito l'avvio di una nuova fase di sviluppo del web dopo la crisi finanziaria delle imprese dot.com, delineata alla "Web 2.0 Conference" del 2004 e caratterizzata dalla trasformazione del web in infrastruttura di servizi in cui si definiscono nuovi modelli economici e la produzione di valore è legata alla mobilitazione dell'intelligenza collettiva che si esprime sulla rete, alla partecipazione degli utenti, alla interoperabilità tra le applicazioni, al software open.

A conclusioni analoghe giunge anche Yochai Benkler nel recente volume La ricchezza della rete (Bocconi 2007), in cui annuncia l'affermarsi in rete di forme economiche non privatistiche che l'autore chiama di produzione orizzontale, frutto della partecipazione volontaria e solidale dei commons, con una capacità di creare valore superiore in alcuni casi a qualsiasi corporation (e cita ad esempio l'archiviazione in rete di quasi tutta la musica, realizzata da giovani di tutto il mondo con strumenti peer to peer). Va altresì sottolineata la piena assonanza di questa impostazione con la tesi portante del clue train manifesto: "i mercati sono conversazioni" e queste conversazioni stanno facendo nascere nuove forme di organizzazione sociale e un nuovo modo di scambio della conoscenza (<http://www.mestierediscrivere.com/testi/Tesi.htm>).

A questo proposito non vi è dubbio che oggi gestire l'informazione richiede di consultare collezioni di risorse della più diversa provenienza, autorevolezza, qualità, copertura e forma. Per gestire questo ambiente non sono sufficienti gli strumenti di organizzazione tradizionale dell'informazione di provenienza bibliotecaria la cui applicazione alle risorse di rete sarebbe troppo onerosa e complessa. Dice David Lankes «quello che internet ha dimostrato è che siamo arrivati al limite della scalabilità per ciò che concerne la catalogazione e la classificazione tradizionali: ora o troviamo dei nuovi sistemi oppure releghiamo le nostre istituzioni in un ruolo di nicchia nel mondo dell'informazione» (Biblioteche oggi, n. 5, 2007, p. 20). Per accedere e gestire l'informazione sono quindi sempre più necessarie capacità e abilità critiche del tutto nuove da parte dei singoli, per es. saper valutare una risorsa, saperla gestire, saperla condividere, ma è necessaria anche la disponibilità di strumenti collaborativi che offrano l'ambiente idoneo allo stimolo e all'esercizio di queste capacità.

La proposta del web 2.0 si presenta pertanto assai stimolante non solo per assegnare valore aggiunto all'attività di registrazione bibliografica, per esempio attraverso la pos-

sibilità di aggiungere commenti degli utenti alle descrizioni delle risorse bibliografiche, ma anche per organizzare, condividere e valutare l'informazione disponibile in internet. In questo campo si è particolarmente distinta la libreria in rete per antonomasia, Amazon, che della partecipazione degli utenti e della condivisione dei dati ha fatto la bandiera del proprio successo economico realizzando anche ambienti collaborativi che sfruttano appieno le competenze e le propensioni degli utenti. Da qui è partita la riflessione sulle caratteristiche della library 2.0 che da un lato tende ad esaltare la centralità dell'utente, fino a riconoscere che le "biblioteche sono conversazioni" come suona il primo punto del "Manifesto delle biblioteche digitali" elaborato in ambito AIB (<http://www.aib.it/aib/cg/gbdigd05a.htm3>), dall'altro a valutare come e a quali costi la partecipazione degli utenti possa realizzare il compito che l'intermediazione istituzionale (le biblioteche) non riesce più a svolgere (tanto che qualcuno valuta estraneo al loro compito mediare l'informazione non bibliografica). Infine se tale produzione di valore tramite gli utenti debba considerarsi alternativa ovvero complementare a quella biblioteconomica.

1 Il social tagging

Compito di queste note è esaminare il valore e il significato di una delle pratiche del web 2.0 che ha suscitato maggior interesse in questo ambito, cioè il social tagging detto anche folksonomy (Vander Wal) dalla contrazione delle parole folk e taxonomy, o ancora ethnoclassification (Peter Merholz) o, meglio ancora, collaborative tagging. Essa consiste nel dare la possibilità agli utenti di archiviare l'Url di una risorsa di internet e di assegnarle una o più categorie o soggetti, oltre che commenti, nell'ambito di servizi di condivisione di bookmark in internet, quali del.icio.us, connotea, CiteUlike, ma anche Librarything (per la catalogazione e il commento di libri), o flickr (per le fotografie), Youtube (per i video), etc.. Ne risulta una "classificazione generata dagli utenti che emerge attraverso un consenso dal basso" (Nick Mote, The new school of ontologies <http://www.isi.edu/~mote/papers/Folksonomy.html>). Come molti fenomeni di internet, il social tagging ha conosciuto una crescente popolarità tanto da farne pronosticare un ruolo nella catalogazione della rete e quindi nel web semantico.

Ma come può una classificazione così personale, priva di ogni garanzia di uniformità linguistica e di coerenza interna, oltre che di aderenza alla organizzazione della conoscenza, sostituire gli strumenti di classificazione consolidati, costruiti e mantenuti da specialisti delle diverse discipline? La risposta a questa cruciale domanda risiede sostanzialmente nel fatto che con la disponibilità del full text dei documenti e la dissoluzione del documento in versioni, estratti, parafrasi, formati multimediali, nelle più disparate provenienze, etc., il focus dell'informazione si è spostato nettamente dal surrogato del documento, la scheda catalogografica, al contenuto, passibile di immediata analisi e valutazione da parte dell'utente finale in base al proprio bisogno culturale.

Nel mondo dei documenti cartacei infatti il contenuto è costretto dai vincoli fisici che lo celano agli utenti finali. A buon titolo Clay Shirky (Clay Shirky: Ontology is Overrated -- Categories, Links, and Tags, http://www.shirky.com/writings/ontology_overrated.html) ha potuto contrapporre alla ricerca dell'informazione tramite ontologie gerarchiche, che ritiene siano nate essenzialmente dalla necessità di collocare fisicamente il docu-

mento in una struttura fisica di scaffali per poterlo ritrovare, al filtraggio (filtering) del contenuto tramite parole chiave e algoritmi di tipo linguistico e financo sociologico (si pensi solo al criterio della "popolarità", adottato insieme ad altri criteri, da Google), capaci di assicurare molteplici possibilità di accesso al documento in base alla rilevanza attribuita dagli utenti seguendo i propri percorsi culturali.

La conoscenza è poi sempre più interdisciplinare. Ciò significa che esistono sempre maggiori discontinuità nella organizzazione disciplinare del sapere che determinano una riconsiderazione delle modalità stesse della ricerca dell'informazione: ai criteri della precisione e richiamo (precision e recall), che assicurano la rilevanza per la query, la prima, e la percentuale di tutti i documenti pertinenti reperiti, il secondo, così centrali nella teoria catalografica, si sostituisce il meccanismo della serendipity, che permette di fuoriuscire dagli ambiti di relazioni precoordinate tramite, ad esempio nel social tagging, la navigazione tra i tag assegnati ad una stessa risorsa da utenti che perseguono diversi progetti culturali, esaltando le connessioni associative.

Il senso di questo riorientamento della ricerca risiede nel fatto che non è importante solo quello che l'autore ha voluto dire - com'è di solito nella catalogazione mediata dal bibliotecario - ma quello che il lettore vede nel documento, cioè il significato che gli attribuisce: si pone il problema del recepimento del contenuto del documento (Elaine Peterson, *Beneath the Metadata: Some Philosophical Problems with Folksonomy*, *D-Lib Magazine*, November 2006, 12, 11). Nel social tagging si esprime infatti un atto di sensemaking, di attribuzione di significato, in base alle preferenze e interpretazioni funzionali agli interessi e inclinazioni di una miriade di persone e perciò per definizione non "errate" bensì "diverse": "Tagging is fundamentally about sensemaking. Sense-making is a process in which information is categorized and labelled and, critically, through which meaning emerges. (Scott Golder and Bernardo Huberman, *Usage patterns of collaborative tagging systems*, *Journal of Information Science*, 32, 2, 2006 p. 200 <http://www.swetswise.com/eAccess/viewFulltext.do?articleID=26843172>)".

Una conferma della varietà di approcci possibili alle risorse è fornita dalla applicabilità al social tagging di quella che Chris Anderson (*The Long Tail*, in "Wired" 12.10.2006: <http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>) definisce legge della "coda lunga" (long tail). Essa identifica nella distribuzione del rapporto tra valori e utenti un particolare andamento grafico che vede concentrarsi la maggior parte degli utenti nell'aderire ad un pugno di pochi valori, mentre gli altri possibili valori, assai più numerosi, sono scelti ognuno in quantità assai minore, dalla minoranza. Tutt'altro che suggerire una struttura antidemocratica della rete, a noi sembra che questo modello indichi al contrario una capacità inclusiva assai promettente perché corrisponde ad un mutamento della struttura del mercato in internet. Amazon trae la gran parte dei suoi profitti non dalla vendita dei libri che tutti vogliono (e che costituiscono l'offerta di ogni libreria), bensì di quelli che pochi cercano e che è difficilissimo trovare. E proprio Amazon è all'avanguardia nell'applicare alla sua politica verso gli utenti gli strumenti del social network e della partecipazione: "La lezione di Web 2.0: far leva sul customer-self service e sulla gestione di dati algoritmici per raggiungere l'intero web, le periferie, non solo il centro, la "lunga coda", non solo la testa. (O'Reilly)."

Si potrebbe però obiettare che simili comportamenti provocano alla fine la perdita di ogni possibilità di dialogo diluendolo in un estremo soggettivismo. In realtà, oltre

alla efficacia pratica del social tagging, gli spunti che si traggono dai (pochi) studi sul comportamento degli utenti in questo ambito indicano il contrario: se si analizza i tag assegnati ad una risorsa, emerge che la proporzione di ognuno sull'insieme tende a rimanere stabile. Il fenomeno è evidenziato da uno dei numerosi siti nati per analizzare i dati di del.icio.us, cloudalicious, che riporta graficamente questi risultati evidenziando la tendenza al consolidarsi di un andamento stabile, cioè al convergere verso un modello limite (Scott Golder and Bernardo Huberman, 2006, op. cit.).

Questa stabilità indica che dopo un primo momento è osservabile un nascente consenso tra gli utenti che non è mutato dall'aggiunta di ulteriori tag. Tale effetto è sicuramente prodotto da meccanismi imitativi, dato che del.icio.us mostra all'utente i tag maggiormente usati da chi ha già archiviato la risorsa, ma si deve anche presumere che tra gli utenti si delinei una implicita contrattazione sui significati da attribuire alla risorsa e quindi che si strutturi una conoscenza condivisa.

2 Dalla library 1.0 alla library 2.0: possibili sinergie

Come appare chiaro il mutamento di ruolo degli utenti nell'organizzazione complessiva delle risorse informative richiama anche impostazioni epistemologiche contrapposte. Già nel noto articolo del 1945, *As we may think*, Vannevar Bush notava che l'informazione non si poteva trovare nelle biblioteche a causa della "artificiosità dei loro sistemi di indicizzazione", mentre indicava il "tessuto associativo", che come si è accennato si crea nel social tagging, come via assai più potente per interagire con il contenuto. In queste righe possiamo però solo limitarci ad assumere il punto di vista della economia dell'informazione per ricordare, come chiarisce Enzo Rullani (*La fabbrica dell'immateriale*, Roma Carocci, 2004), che il valore della conoscenza, come di qualsiasi altra merce, consiste, anche nella possibilità di moltiplicazione cioè di essere riusata, altrimenti i suoi effetti o rimangono circoscritti o si perdono nel momento in cui la comunità si scioglie. In questo contesto si può caratterizzare l'approccio tradizionale delle biblioteche alla distribuzione della conoscenza come codificazione, e quello delle reti sociali come condivisione.

La codificazione mira a definire *ex ante* e dall'alto gli standard a cui contesti ed esperienze devono uniformarsi. L'allineamento delle diverse visioni è delegato a specialisti che definiscono le condizioni necessarie per raggiungere l'effetto voluto. Dopo di che gli attori devono adottare, anche separatamente, il punto di vista standard. La codificazione si distingue per la riproducibilità nel tempo e nello spazio dell'informazione ed è dunque adatta a processi di propagazione che puntano ai grandi numeri e all'uso di conoscenza standardizzata.

La condivisione nasce invece dalla partecipazione e da una comune esperienza, ed è molto efficiente per organizzare la conoscenza, cioè per trattare i contenuti. In questa attività tutta una serie di operazioni che nel modello precedente sono necessariamente delegate a specialisti, vengono qui gestite dall'utente. Tuttavia la condivisione genera un ridotto bacino d'uso (a livello locale, familiare, professionale etc.) e misure volte ad ampliarlo possono essere troppo onerose.

Si tratta quindi di due metodologie ognuna con precisi punti di forza che sono elementi di debolezza per l'altra. E' quindi cruciale, almeno in via transitoria, perve-

nire a forme di cooperazione tra i due approcci, ad esempio interfacciando per ogni singolo documento la classificazione tradizionale con i tag assegnati dagli utenti tramite strumenti di social tagging, estendendo le funzioni del catalogo alla ricerca di contenuti e significati e permettendo di passare facilmente da una ricerca per indicizzazione gerarchico disciplinare ad una relazionale, e viceversa: in fondo risponde a questo programma anche il progetto di OCLC, denominato "Find in a library", per far comparire nei risultati delle ricerche di google i records del catalogo cumulativo delle biblioteche del consorzio.

Il quadro che si delinea è quindi di un possibile dialogo e supporto reciproco tra linguaggi tradizionali e linguaggi innovativi che si stanno sviluppando in rete in ambiti che sono caratteristici delle comunità. Il punto di forza forse più rilevante delle biblioteche è infatti la capacità di stare al centro di una comunità culturale territorialmente o disciplinarmente definita: gran parte della loro vitalità non può quindi che risiedere nella capacità di aprirsi alla collaborazione con gli strumenti di partecipazione e di auto organizzazione degli utenti che si articolano in rete.

Lungo questa linea entrano in campo anche numerosi altri strumenti di partecipazione e collaborazione in rete, prima di tutto la possibilità di condividere tra utenti della biblioteca commenti e recensioni e di scambiarsi suggerimenti. Un suggestivo elenco degli usi possibili delle tecnologie del web 2.0 per le biblioteche, soprattutto pubbliche, da Flickr a Youtube, passando per la creazione di reading list (p. e. con squido), aggregatori di RSS per le aree di interesse degli utenti, blog per la comunicazione tra bibliotecari e utenti, etc. si trovava già negli utili spunti nel blog di Ellyssa Kroski: *Online Community and Libraries*, e soprattutto nel saggio di D. Lankes e altri, *Participatory networks: the library as conversation* (online: <http://iis.syr.edu/projects/PNOpen>).

Con questi strumenti le biblioteche hanno una grande occasione per coinvolgere e far partecipare gli utenti salvaguardando il proprio ruolo, forse sempre meno come mediatori dell'informazione e più come facilitatori e intermediari fra gli utenti e i variegati strumenti di gestione e condivisione della conoscenza della rete.