

SOCIAL NETWORK E APPRENDIMENTO INFORMALE: UN CONTRIBUTO DI RICERCA

SOCIAL NETWORKS AND INFORMAL LEARNING PROCESSES: A RESEARCH STUDY

Stefano Besana | S.P.A.E.E, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano |

✉ Largo Gemelli 1, 20123 Milano | stefano.besana@gmail.com

Sommario Scopo del presente contributo di ricerca è di presentare i SNS come spazi maturi per l'erogazione di esperienze formative e la gestione dei flussi informativi, nonché dei processi di apprendimento. È pertanto presentato il secondo step di una ricerca che prende le mosse da un'analisi pilota condotta nel 2009 e che ha coinvolto - nel 2010 e nei primi mesi del 2011 - 926 soggetti nel tentativo di definire aspetti positivi, negativi, abitudini d'uso, rappresentazioni più o meno consapevoli e ipotesi d'impiego circa il possibile utilizzo dei Social Network nella didattica.

PAROLE CHIAVE Social Network, Apprendimento, E-learning, Social Learning, Facebook.

Abstract The aim of this research study is to present SNS as mature environments for managing information flows and learning processes. To this end, the second step of a research study into the possible use of social networking in education is reported; this sought to define positive as well as negative aspects, habits, conscious and unconscious representations and assumptions. The study began with a pilot analysis conducted in 2009 and involved 926 subjects through 2010 and early 2011.

KEY-WORDS Social Network, Learning process, E-learning, Social Learning, Facebook.

Dal famoso saggio di danah boyd e Nicole Ellison del 2007, *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship* (boyd e Ellison, 2007), i *Social Network Sites* (d'ora in avanti SNS) hanno subito una notevole evoluzione e una crescita esponenziale¹. Permangono, tuttavia, parecchie discussioni e dubbi sul possibile impiego di questi ambienti come contesti per l'apprendimento e sulla reale trasferibilità delle competenze. Alcuni dei dati presentati in questo contributo sono tratti da una ricerca sostenuta da *Working Capital*², che si è svolta negli ultimi due anni, proprio con lo scopo di indagare se e come fosse possibile utilizzare i SNS all'interno dei processi di apprendimento e di insegnamento. Partendo da una prima verifica sperimentale, svolta su un campione di 320 soggetti (Cantoia e Besana, 2010), la ricerca si è poi articolata, nel corso del 2010-2011, in una seconda fase realizzata su un campione di 926 soggetti. Di seguito saranno presentati la metodologia utilizzata e i principali risultati della ricerca, che hanno fatto trasparire l'importanza delle reti sociali informali all'interno dei processi di apprendimento. Dall'analisi condotta è emersa anche l'importanza di una riflessione che sia prima di tutto culturale, al fine di evitare l'inserimento di nuovi strumenti all'interno di modalità di lavoro datate. L'analisi ha permesso, inoltre, di ottenere molte informazioni circa le abitudini d'uso, le motivazioni, i punti di forza e di debolezza relativi all'impiego dei SNS.

LA RICERCA SULL'APPRENDIMENTO ALL'INTERNO DEI SNS

La prima fase dello studio (2009-2010)

La prima fase dello studio, partendo da un'analisi della letteratura e di alcuni contributi di ricerca, ha messo in luce tre principali filoni di approfondimento legati al mondo dei SNS:

- le abitudini d'uso, considerabili a livello quali-quantitativo (Zhao, Grasmuck e Martin, 2008);
- le modalità relazionali e comunicative (Buffardi e Campbell, 2008; Peluchette e Karl, 2008), nonché quelle attraverso cui le *community* virtuali impattano a differenti livelli sulla società nella quale viviamo (Romm, Pliskin e Clarke, 1997);
- i tratti di personalità delle utenze, secondo cui le attribuzioni, in questi termini, vengono per lo più desunte dall'analisi dei prodotti e delle comunicazioni degli utenti stessi (boyd, 2007).

È bene porre in evidenza anche come le misurazioni delle ricerche sui SNS non hanno sempre seguito una metodologia ecologicamente valida, cosa che in entrambi gli studi abbiamo voluto curare erogando i supporti esclusivamente in formato digitale³.

Il primo studio, come già posto in evidenza, ha avuto lo scopo di rilevare l'eventuale attitudine degli utenti di SNS a considerare questi spazi per impieghi educativi e formativi definendone successivamente alcune caratteristiche. Si è voluto, quindi, partire dalle rappresentazioni e dalle auto-attribuzioni delle utenze per costruire un lavoro riflessivo che evidenziasse gli orizzonti d'impiego di tali servizi nelle modalità sopra descritte. Più nel dettaglio, si è inteso verificare:

- se e in quale misura la comunità dei fruitori di SNS si auto-attribuisca delle caratteristiche specifiche, sia in ambito cognitivo che sociale;
- se sia possibile identificare delle linee di tendenza nell'impiego del mezzo;
- se sia verosimile - nelle rappresentazioni dei fruitori di tali mezzi - trasformare tali reti virtuali in strumenti per generare esperienze formative (Cantoia e Besana, 2010).

Pianificazione e obiettivi del secondo studio (2010-2011)

Nato sulla scorta della citata prima analisi su 320 soggetti, il secondo studio sull'apprendimento all'interno dei SNS si è configurato come il naturale sviluppo e ampliamento della prima ricerca, ma ha anche permesso di mettere in luce nuovi aspetti e di concentrare l'analisi sulle nuove potenzialità di tali servizi. Obiettivi principali del secondo studio sono quindi stati:

- l'allargamento del campione rispetto ai medesimi temi indagati nella prima fase;
- un'indagine mirata a verificare se le *intranet*, gli ambienti aziendali e, più in generale, le *social community* potessero essere adatte per la collaborazione, la gestione dei processi informali e dei processi di apprendimento, soprattutto in ambito organizzativo;
- l'acquisizione diretta di indicazioni dagli utilizzatori di SNS sul possibile impiego delle piattaforme social all'interno dei contesti di apprendimento, rilevandone - come nel precedente studio - concezioni e rappresentazioni più o meno esplicite.

L'analisi è stata condotta utilizzando un questionario online erogato tramite *Google Docs*⁴ e composto di 20 item costituiti da domande aperte, *check-list*, scale Likert (su 4 livelli) e domande a scelta multipla. Lo strumento è suddiviso in differenti sezioni: una dedicata alla definizione delle caratteristiche generali del campione; una seconda legata alle abitudini d'uso dei SNS⁵ e alle rap-

1 Per avere una misura indicativa del fenomeno basti considerare che Facebook - il più famoso e diffuso SNS del mondo - conta oltre 750 milioni d'iscritti attivi e i suoi utenti spendono 700 miliardi di minuti al mese sulla piattaforma. Per maggiori informazioni è possibile consultare le statistiche ufficiali del sito: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> (ultima consultazione 09.12.2011).

2 Working Capital è un incubatore d'idee, applicazioni e ricerche che nasce nel 2009 da un'iniziativa di Telecom Italia con lo scopo di supportare l'innovazione nel nostro paese. Maggiori informazioni sul sito ufficiale: <http://www.workingcapital.telecomitalia.it/>

3 Con il termine "ecologicamente valida" si vuole intendere una ricerca che utilizza strumenti analoghi a quelli che sono abituali al contesto che si vuole indagare. Nel caso della presente ricerca, l'erogazione cartacea o in altri formati del questionario sarebbe stata incongruente rispetto all'ambiente innovativo che si è inteso valutare.

4 Google Docs è l'applicativo di Google per la gestione dei documenti online, la condivisione e la pubblicazione di fogli di lavoro, *survey*, questionari, presentazioni e documenti. Maggiori informazioni sul sito ufficiale del servizio: <https://docs.google.com/>

5 La domanda riportava, per aiutare gli utenti, alcuni esempi di SNS, tra cui Facebook, LinkedIn e MySpace.

presentazioni che i soggetti hanno di questi strumenti e, infine, una terza dedicata alle rappresentazioni dell'apprendimento e alle concezioni maturate sulle modalità di lavoro e sui processi collaborativi all'interno di questi ambienti.

Il questionario è stato realizzato in due differenti versioni linguistiche (italiano e inglese) e promosso in rete attraverso canali specifici, *newsletter* dedicate, gruppi di Facebook e contatti personali con preghiera di diffusione.

Campionamento e partecipanti alla ricerca

Il secondo studio ha coinvolto un totale di 926 partecipanti, di cui il 40,6% di genere femminile e il 59,4% di genere maschile. Il campione era composto per la maggior parte da soggetti di nazionalità italiana (93 %), con una prevalenza di soggetti tra i 41 e i 50 anni (28,6%) e tra i 31 e i 40 anni (25,1%); i soggetti più giovani (dai 19 ai 25 anni) hanno rappresentato il 15% del campione totale.

Per quanto riguarda la professione svolta, a prevalere sono i lavoratori delle aziende: su tutti, i dirigenti con il 27,2% del campione, seguiti dagli impiegati con il 24,5%. Un buon numero di risposte è stato ottenuto anche dagli studenti universitari (15,2%) e dai docenti (6,7%).

Relativamente alla frequenza di utilizzo dei SNS, il 59,8% dei soggetti dichiara di utilizzarli al massimo 1 ora al giorno, il 20,8% da 1 a 2 ore, il 9,4% dalle 2 alle 3 ore e il restante 10% si colloca oltre le 3 ore di utilizzo giornaliero.

Il 65% del campione dichiara di aver avuto esperienze di formazione online, prevalentemente orientate all'utilizzo di specifiche piattaforme e-learning asincrone e impiegate in corsi *ad hoc*.

È possibile, inoltre, riflettere su come la costituzione stessa del campione - considerando la modalità attraverso cui è stata erogata l'indagine - fosse già indicativa della tipologia di utenze potenzialmente interessate all'impiego di SNS in contesti formativi.

I dati raccolti sono stati trattati con SPSS e sono risultati significativi al test del chi quadrato di Pearson.

RISULTATI E DISCUSSIONE

Un primo ordine di risultati ci fornisce informazioni circa le motivazioni che spingono gli utenti a utilizzare i SNS (Figura 1). La domanda prevedeva di scegliere tra una serie di risposte elaborate a partire dall'analisi del primo studio e dalla ricerca dei contributi di letteratura. A prevalere sono le ragioni che vedono i SNS come il veicolo ideale per mantenere i contatti con le persone della propria rete (41%, soprattutto nella fascia d'età dai 41 a 50 anni con l'11% delle risposte) e per mantenersi aggiornati sulle attività dei propri contatti (17% del campione totale). Ottiene un buon numero di occorrenze anche la possibilità di confrontarsi con un pubblico più vasto e di entrare in contatto con idee nuove (22%). Il punteggio minore è ottenuto dalla possibilità di conoscere gente nuova (solo 4%); mentre il fattore economico - lo spendere meno per rimanere in contatto con amici e parenti - si attesta sul 7%; infine, il 9% del campione afferma che il motivo principale per cui utilizza i SNS è aumentare e migliorare la propria visibilità in rete.

La figura 1 mette in luce il numero di occorrenze ottenute dalla *check-list* che sottolinea e conferma quanto detto.

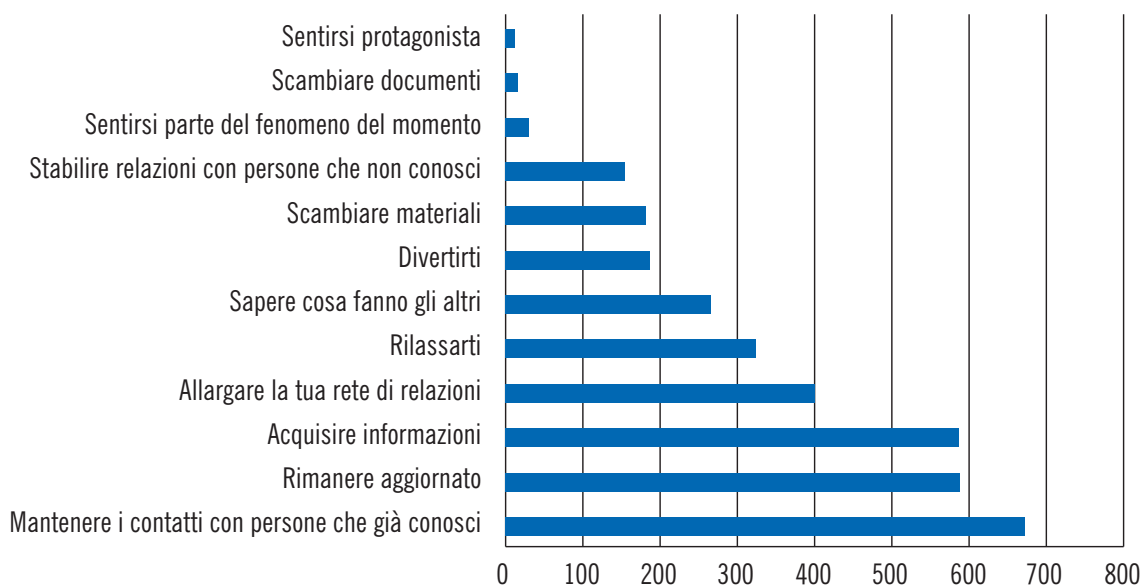


Figura 1. Motivazioni che spingono all'utilizzo dei SNS.

Per quanto riguarda gli aspetti negativi dei SNS, emerge in maniera preponderante la dimensione di perdita di privacy e di controllo (44% delle risposte); ottengono valori minori aspetti legati al comportamento scorretto degli utenti (17%), alla dipendenza dallo strumento (12%) e a elementi strutturali propri dei SNS, quali la chat, i messaggi privati e l'organizzazione generale della piattaforma (13%), che non sembra essere ancora ottimale per molti utenti. A essere preoccupati rispetto alla privacy sono soprattutto i maschi (19,4%, contro il 15,6% delle femmine) e la fascia d'età tra i 41 e i 50 anni (10,5% dell'intero campione).

La tabella 1, ricavata da una domanda a scelta multipla, le cui opzioni sono state elaborate a partire dal primo studio pilota condotto su 320 soggetti, mostra la distribuzione delle risposte rispetto alla richiesta di definire il significato di formazione. A prevalere - soprattutto tra i soggetti di genere maschile, con una percentuale più che doppia - è una visione classica della formazione e dell'apprendimento legata al semplice aumento delle conoscenze teoriche. La prima opzione, dedicata all'acquisizione di una maggiore consapevolezza circa il modo di lavorare, ottiene i punteggi più elevati nella fascia di età dai 41 ai 50 anni; l'aumento delle conoscenze teoriche prevale sempre nella stessa fascia, con un 10,8% del totale delle risposte. L'aver maggiori possibilità per il proprio futuro prevale soprattutto nella fascia dai 31 ai 40 (2,5%); nella stessa fascia di età emerge come fattore di notevole importanza anche la creazione di una rete sociale che sia in grado di offrire sostegno durante e dopo il processo d'apprendimento. Infine, la valorizzazione degli apprendimenti informali all'interno dell'organizzazione è considerato un tema importante soprattutto dalla fascia di età dai 41 ai 50 anni (1,8%), probabilmente per una maggiore esperienza di lavoro e una maggiore conoscenza delle dinamiche e del funzionamento delle organizzazioni.

Le domande più specifiche circa le modalità di apprendimento all'interno dei SNS fanno emergere come il 49,5% degli utenti preferirebbe lavorare - nel caso fosse coinvolto in un'esperienza formativa erogata sui Social Network - alternandosi tra lavoro di gruppo e il lavoro individuale; il 19,2% preferirebbe, invece, lavorare da solo e riferirsi al gruppo solo quando necessario. Le altre due opzioni ottengono risultati simili: condividere ogni fase del processo di lavoro con il gruppo ha totalizzato il 17,6% delle risposte, mentre l'alternanza tra un sottogruppo e il gruppo principale ha ottenuto il 13,7% delle risposte.

Rispetto ai punti di forza dell'imparare all'interno di un SNS, emerge in modo positivo soprattutto l'essere inseriti in un gruppo che condivide il medesimo interesse professionale o culturale (41%), assieme al confrontarsi con tante idee differenti (37%); il 17%, invece, ritiene che il vero valore aggiunto stia proprio nell'essere immersi all'interno di un ambiente digitale innovativo e stimolante. Ottiene un punteggio molto basso il condividere il peso del lavoro con altri (solo 5%). Ad apprezzare gli aspetti di condivisione e di confronto con idee e persone differenti è soprattutto quella parte del campione che utilizza i SNS fino alle 2 ore al giorno, probabilmente per una maggiore familiarità con l'ambiente che permette loro di essere più consapevoli delle motivazioni che li spingono a prenderne parte e delle funzionalità proposte.

Rispetto ai limiti dell'imparare in un SNS, emergono soprattutto la perdita del controllo sul proprio lavoro (28,9%), distribuito equamente tra maschi e femmine a conferma del fatto che i problemi legati al controllo, ai dati personali e alla privacy in generale sono - come abbiamo già visto - temi molto sentiti dagli utenti. Ottiene un punteggio elevato anche l'allungamento totale dei tempi di lavoro (28,3%), molto più sentito dal genere maschile, che fornisce un punteggio maggiore anche per quanto riguarda l'accettazione dei tempi degli altri nel caso di lavoro in gruppo.

Per quanto riguarda le due domande aperte, si è scelto di eseguire un'analisi non statistica ma di tipo qualitativo, che ha portato alla lettura delle singole risposte nel tentativo di raggrupparle in alcuni ordini di senso. La prima domanda chiedeva di fornire una definizione di che cosa rendesse "sociale" un Social Network. Scopo di questa domanda è stato quello di valutare le concezioni implicite ed esplicite dei soggetti, che abbiamo visto essere orientanti rispetto all'uso che viene poi fatto dello strumento (Antonietti e Colombo, 2008). A emergere in questa domanda sono soprattutto alcuni trend legati alle relazioni tra soggetti: condivisione, scambio, ecc. La *Tag Cloud*⁶ (Figura 2) mostra in modo evidente il peso che le singole parole assumono all'interno delle definizioni fornite dagli utenti.

Per te fare formazione vuol dire	M	F	Totale
Acquisire maggiore consapevolezza sul tuo modo di lavorare	7,6%	7,5%	15,1%
Aumentare le tue conoscenze teoriche	23,1%	9,7%	32,8%
Avere più possibilità per il tuo futuro	4,9%	3,3%	8,2%
Creare una rete sociale di persone che possano supportarti laddove necessario	3,8%	2,1%	5,9%
Distinguerti dagli altri	0,3%	0,1%	0,4%
Fare esperienze nuove	4,8%	2,8%	7,6%
Migliorarti/Realizzarti	10,5%	11,6%	22,1%
Valorizzare e portare alla luce le conoscenze informali dell'organizzazione	4,4%	3,5%	7,9%

Tabella 1. Rappresentazioni sulla formazione.



Figura 2. Tag Cloud sulle caratteristiche delle reti sociali messe in luce dagli utenti.

Un ruolo centrale è giocato dalla possibilità di condivisione con altre persone; la relazione e il poter essere messi in contatto con l'altro sembrano, infatti, essere la dimensione ritenuta più importante dai soggetti. Assumono minore rilevanza temi che è comunque bene menzionare, come ad esempio la semplicità di utilizzo, la partecipazione di tutti in modo rapido e immediato, la possibilità di comunicare e di condividere informazioni, contenuti e dati, e così via.

La seconda domanda aperta chiedeva di immaginare di essere coinvolti all'interno di un corso di formazione erogato sui Social Network e di indicare quali elementi si voleva che fossero presenti. A emergere, in questo caso, sono elementi legati alla semplicità e all'usabilità della piattaforma, che dovrebbe essere intuitiva e facile da utilizzare anche per i meno abituati alla tecnologia, proprio come avviene per i SNS più noti. È poi richiesta l'integrazione tra più strumenti dei *Learning Management System* (LMS) classici: chat, forum e spazi di discussione, possibilità di caricare i documenti e di condividere file, ecc. Anche in questo caso la possibilità di confrontarsi e di condividere con gli altri viene considerata prioritaria. Inoltre, sono considerati importanti sia il confronto e la partecipazione di esperti del settore, sia la valorizzazione del contributo di tutti, in modo da permettere la valorizzazione delle conoscenze informali all'interno dell'organizzazione. Sembra, dunque, essere determinante la realizzazione di un sistema intelligente che sappia valorizzare sia i contributi *bottom-up* provenienti dalla "intelligenza della folla" sia quelli *top-down*.

Un peso importante viene dato anche all'interfaccia grafica che supporta l'interazione, che deve essere il più *user-friendly* possibile. Ulteriori elementi che emergono sono la possibilità di lavorare per progetti in diversi team, l'avere a disposizione una *video-*

chat, una seria gestione dei contenuti che sia tenuta d'occhio e regolata da tutor o moderatori, i profili delle persone strutturati in modo da avere ben chiaro il loro settore di appartenenza e le loro specifiche competenze, il confronto con gli utenti sempre presente e valorizzato, la possibilità di creare comunità di pratica.

Sono presenti anche soggetti che non identificano i SNS come strumento primario attraverso cui erogare il corso, ma - semmai - come strumento per continuare gli apprendimenti sviluppati inizialmente in aula. Queste risposte sono fornite soprattutto da coloro che vedono i SNS come legati unicamente a scopi ludici e ricreativi senza associarli all'ambito professionale.

In chiusura del questionario è stata proposta una scala Likert con 4 gradi di accordo sull'importanza della presenza o meno di alcuni elementi all'interno di un percorso formativo. A primeggiare sono il potersi riferire a un esperto (media di 3,7), seguito a ruota dall'impegno e dalla concentrazione individuali (3,6), il poter applicare le conoscenze acquisite (3,6) e il commettere errori come esperienza necessaria per la crescita e il processo di apprendimento (3,6). Risulta interessante anche indagare i punteggi più bassi della scala, che si riscontrano in corrispondenza di affermazioni legate all'importanza di ricevere incoraggiamento da parte di una figura esterna (che ottiene una media di soli 2,8 punti), di poter partire dalle esperienze pregresse delle persone (2,9) e il potersi rifare a esperti o consultare modelli consolidati (2,8).

Su valori medi si attestano, invece, le affermazioni legate alla valorizzazione degli apprendimenti informali e alle conoscenze tacite presenti all'interno delle aziende.

6 La Tag Cloud, o nuvola di parole, è un sistema di rappresentazione grafica mutuato direttamente dai Blog e dalla rete, che permette in modo molto semplice ed efficace di avere a colpo d'occhio la visualizzazione di quali siano gli aggettivi o le parole chiave (*tag*, appunto) maggiormente utilizzati. Ad una maggiore dimensione della parola corrisponde un numero maggiore di occorrenze.

Alcune semplici riflessioni a partire da questi risultati fanno emergere due tendenze: la prima legata all'importanza della presenza di un punto di riferimento all'interno del processo di apprendimento, che però al tempo stesso non sia una figura che incoraggia e sostiene ma, qualcuno che sia a conoscenza di contenuti specifici (dato che confermerebbe peraltro quanto emerso circa la visione della formazione da parte del campione, dove a prevalere era una visione legata all'incremento di conoscenze teoriche). La seconda tendenza è identificabile nella relativa consapevolezza dell'importanza di conoscenze informali e apprendimenti esperienziali all'interno delle organizzazioni. Sebbene queste due frasi non ottengano gradi di accordo elevatissimi, raggiungendo punteggi medi superiori al 3, si posizionano più vicine al massimo grado di accordo.

Un livello finale di analisi ha riguardato l'ipotesi di poter lavorare all'interno di un ambiente sociale e collaborativo, provando a immaginare gli spazi della propria organizzazione (*intranet* aziendale o rete scolastica) come un contesto digitale all'interno del quale fosse possibile scambiare informazioni, *file*, interagire con le persone, condividere documenti, ecc., in modo analogo a quanto avviene comunemente sui SNS.

Anche in questo caso è stata utilizzata una scala Likert organizzata su 4 gradi diversi. A totalizzare il massimo del punteggio medio è l'affermazione che sottolinea l'importanza di uno spazio dedicato alle discussioni (media di 3,4), subito seguita dall'importanza di favorire la partecipazione (3,3), a testimonianza che una visione sociale di distribuzione dei contenuti sembra essere ormai largamente apprezzata e incoraggiata dagli utenti. A ulteriore conferma di questa ipotesi, possiamo notare come il punteggio più basso in assoluto sia stato ottenuto dall'affermazione secondo cui la socializzazione informale tra gli utenti costituisca una perdita di tempo (2). Ha ottenuto un punteggio basso anche l'ipotesi d'integrazione con servizi e SNS esterni al mondo aziendale, probabilmente perché associati ancora a una dimensione ludica e ricreativa, più

che professionale. Raggiungono valori elevati anche le affermazioni legate all'importanza della valorizzazione dei contributi di tutti e della partecipazione spontanea degli utenti, tutte affermazioni che raggiungono un livello superiore al 3,1. Il contenuto - quando si parla di ambienti lavorativi e organizzati verso un fine specifico - sembra comunque essere prioritario rispetto al focus sulle singole persone.

SNODI CONCLUSIVI E SVILUPPI FUTURI

La ricerca condotta mostra in primo luogo l'importanza che i SNS hanno assunto, e stanno continuando ad assumere, nella nostra vita quotidiana. L'aspetto principale di questi strumenti è ciò che permette il "semplice mantenimento" delle relazioni con persone che già si conoscono e che fanno parte della nostra vita, configurandosi in questo senso come un medium non troppo diverso dal telefono, laddove però l'interazione è sempre uno-a-molti e non uno-a-uno.

Tuttavia, emerge anche la consapevolezza della possibilità di utilizzare i SNS per la gestione delle informazioni e dei flussi di conoscenza facendo leva sulla loro immediatezza, semplicità, diffusione e interattività. Riprendendo alcuni assunti della psicologia dei nuovi media (Riva, 2008), possiamo considerare i SNS come delle *affordance* offerte agli utenti che siano in grado di coglierle.

Gli aspetti dei SNS più legati alla didattica rimangono fortemente ancorati a un contesto costruttivista che valorizzi il lavoro di gruppo e la collaborazione tra pari, facendo leva proprio sulla possibilità, insita nei SNS, di poter venire a contatto con idee e pensieri anche molto differenti tra loro. In questo senso, risulta utile riflettere anche sulle rappresentazioni dell'apprendimento che possiedono gli utenti che, abbiamo visto, sono ancora legate a schemi del passato, con una prevalenza di un approccio volto al semplice trasferimento di conoscenze. Se, da un lato, i SNS possono sembrare o essere immaginati come i luoghi adatti per la formazione, dall'altro, risulta quanto mai necessario rivedere le logiche classiche dell'apprendimento e della formazione e muoversi verso un modello più "connessionista" (Siemens, 2006). Proprio come sostiene Siemens nei suoi lavori, la conoscenza si muove in maniera troppo rapida perché l'apprendimento possa essere considerato solo un prodotto e perché si possa semplicemente pensare che possa essere gestita o trasferita. Molto più interessante risulta essere la capacità di identificare e coinvolgere all'interno della propria rete i "detentori della conoscenza e del sapere". L'apprendimento è, quindi, un processo che si genera a partire dall'abilità di creare connessioni e collegamenti.

Ancora una volta il vero scoglio da affrontare è il vero punto su cui insistere e lavorare è culturale e non tecnologico. Per quanto riguarda le soluzioni offerte dal mercato, stiamo assistendo a una vera e propria evoluzione - più o meno approfondita - delle piattaforme di LMS verso un modello più "social". Ne sono un esempio le ultime release di grandi piattaforme tradizionali come Blackboard⁷, Docebo⁸, ma anche nuove piattaforme che uniscono le funzionalità native dei SNS a quelle consolidate dei più classici LMS, quali Schoology⁹ (Besana

7 <http://www.blackboard.com/>

8 <http://www.docebo.com/>

9 <https://www.schoology.com/>

10 <http://www.udutu.com/>

11 Sono numerose le aziende che hanno tratto benefici dall'inserimento di soluzioni di SBS all'interno dei loro processi di gestione della conoscenza e dell'apprendimento, ma anche a livelli differenti come la produzione, il servizio al cliente, il marketing e l'innovazione. Tra le piattaforme leader di mercato possiamo citare Jive SBS (<http://www.jivesoftware.com/products>) e Telligent (<http://telligent.com/>). Per maggiori informazioni sui cambiamenti in atto a livello organizzativo è possibile consultare questo blog: <http://www.socialenterprise.it/>

na, 2012); o, ancora, servizi che ricercano un'integrazione completa con Facebook per garantire una migliore facilità e immediatezza di utilizzo, come Udu¹⁰.

Le organizzazioni - dal canto loro - stanno cominciando a comprendere l'importanza delle *community* informali e stanno provando a sfruttare il potere delle reti sociali per la creazione di spazi di apprendimento, innovazione e servizi al cliente. Su questa scia negli anni scorsi sono nate compagnie specifiche che offrono servizi all'avanguardia nel campo del *Social Business Software*¹¹.

Tuttavia, resta importante sottolineare come le piattaforme, se non sono calate nel giusto tipo di processo che includa la progettazione, la conoscenza dello strumento e le competenze riflessive sull'intero percorso di apprendimento (Antonietti, 1998), servano a ben poco. Com'è stato scritto in un recente e interessante volume, «Quest'area di competenza dev'essere costruita sperimentando ed elaborando artefatti e scenari che considerino dunque le peculiarità del contesto digitale. Solo operando in questo modo il formatore ha l'opportunità di andare oltre la semplice integrazione del-

le nuove possibilità nei quadri operativi del passato» (Cattaneo e Rivoltella, 2010: p. 33).

Queste nuove ottiche di formazione impongono, inoltre, una riflessione sulla questione della certificazione e della valutazione degli apprendimenti che si vanno ad acquisire in ambienti informali online. Alcune ricerche evidenziano come la *Social Network Analysis* (SNA) possa risultare un utile e validissimo strumento per la valutazione della formazione. In un lavoro sui forum in rete, Mazzoni (Mazzoni e Bertolasi, 2005) evidenzia come la SNA, con la sua molteplicità di indici, possa essere utilizzata in maniera produttiva per la valutazione dei flussi comunicativi e di apprendimento all'interno di comunità virtuali. Nel medesimo contributo si evidenzia, altresì, l'importanza di integrare tali metodologie con altre metriche di tipo qualitativo che consentano di valutare anche la qualità degli scambi effettuati tra i nodi che compongono la rete della comunità virtuale. In questo senso, un'etnografia dei contenuti, opportunamente integrata con i sistemi di valutazione basati sull'analisi del contenuto, potrebbe risultare la soluzione ideale per la valutazione di un apprendimento "sociale".

BIBLIOGRAFIA

- Antonietti A. (1998). *Psicologia dell'apprendimento. Processi, strategie e ambienti cognitivi*. Brescia: La Scuola.
- Antonietti A., Colombo B. (2008). Computer-supported learning tools: A bi-circular bi-directional framework. *New Ideas in Psychology*, 26 (1), pp. 120-142.
- Besana S. (2012). Schoology: il Learning Management System diventa "social". *TD - Tecnologie Didattiche*, 20 (1), pp. 51-53.
- boyd d. (2007). Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. In D. Buckingham (ed.). *MacArthur Foundation Series on Digital Learning - Youth, Identity and Digital Media Volume*. Cambridge, MA: The MIT Press, pp. 119-142.
- boyd d., Ellison N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), pp. 210-230.
- Buffardi L. E., Campbell W. K. (2008). Narcissism and Social Networking Web Sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34 (10), pp. 1303-1314.
- Cantoia M., Besana S. (2010). Social network e apprendimento: una sfida possibile? In D. Cesareni., S. Manca (eds.). *Formazione, innovazione e tecnologie*. Napoli: Scriptaweb, pp. 41-56.
- Cattaneo A., Rivoltella P. C. (2010). *Tecnologia, formazione e professioni. Idee e tecniche per l'innovazione*. Milano: Unicopli.
- Mazzoni E., Bertolasi S. (2005). La Social Network Analysis (SNA) applicata alle comunità virtuali per l'apprendimento: analisi strutturate delle interazioni all'interno dei Web Forum. *Journal of e-Learning and Knowledge*, 1 (2), pp. 243-257.
- Peluchette G., Karl L. (2008). Social Networking Profiles: An Examination of Student Attitudes Regarding Use and Appropriateness of Content. *CyberPsychology & Behavior*, 11 (1), pp. 95-97.
- Riva G. (2008). *Psicologia dei nuovi media*. Bologna: Il Mulino.
- Romm C., Pliskin N., Clarke R. (1997). Virtual Communities and Society: Toward an Integrative Three Phase Model. *International Journal of Information Management*, 17 (4), pp. 261-270.
- Siemens G. (2006). *Knowing knowledge*. Raleigh, NC: Lulu.com.
- Zhao S., Grasmuck S., Martin J. (2008). Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships. *Computers in Human Behavior*, 24 (5), pp. 1816-1836.