

basarsi sui risultati di questa; la seconda, all'interno della sequenza bibliografia analitica-descrittiva-testuale, è la fase mediana della *new bibliography*. Con una metafora, se la prima fase è l'istruttoria (raccolta degli indizi) e la seconda il processo (in cui vengono prodotte le testimonianze), nella terza il bibliografo-filologo è chiamato a dare il suo *iudicium*.

Atkinson poi propone, sotto la sigla EDT, la costellazione *iconica* di bibliografia enumerativa-descrittiva-(critica) testuale, come un sistema di segni *dupplicativo* ("bibliografia rappresentazionale"), che ha il merito di riflettere l'etimologia *biblos-grafe*.

L'ultimo paragrafo si avvale di uno schema (p. 99) che si può riassumere così: ogni documento è oggetto di lettura (segno come simbolo) e di bibliografia analitica (segno come indice), come pure di bibliografia rappresentazionale (segno come icona).

«La verità è che ogni insieme di segni, riconosciuto come tale, necessariamente contiene al proprio interno un certo numero di problemi: che cosa indicano i segni?»; la domanda, insieme ad altri interrogativi, fa del passo conclusivo un inno alla semiotica e al suo metodo di indagine.

La pubblicazione, per le questioni di base che tocca (anche terminologiche), è da raccomandare agli studenti di bibliografia e biblioteconomia perché apprendano direttamente le origini della propria materia di studio; e anche ai bibliotecari perché trovino ispirazione per quel "ripensamento creativo" necessario allo svolgimento della professione e all'efficacia dei servizi offerti.

Un consiglio a chi si appresta a leggere il libro: i primi due saggi utilizzano lo scritto finale di Atkinson, quindi è bene iniziare da questo per seguire cronologicamente i contributi.

Rossano De Laurentiis

Biblioteca di scienze tecnologiche, Università di Firenze

Guglielmo Trentin. *Apprendimento in rete e condivisione delle conoscenze: ruolo, dinamiche e tecnologie delle comunità professionali on-line*. Milano: Franco Angeli, 2004. 304 p. ISBN 88-464-5165-1. € 21.

Nell'ambito della collana AIF (Associazione Italiana Formatori) è stato da poco pubblicato il saggio di Guglielmo Trentin sulle comunità professionali in rete, analizzate dal punto di vista del formatore/educatore impegnato nei processi e nelle metodologie di gestione della conoscenza.

Una prima parte del saggio è concentrata sui presupposti teorici dell'apprendimento in rete nel contesto delle "comunità di pratica professionali", espressione con cui l'autore intende gruppi di persone che collaborano e cooperano al raggiungimento di un obiettivo specifico, a cui arrivare attraverso un apprendimento "mutuato" (basato sulla condivisione delle esperienze e sull'aiuto reciproco), delle comunità autogestite, nelle quali dunque la formazione assume un valore permanente e la collaborazione reciproca mira all'eliminazione di rapporti gerarchici. L'apprendimento viene definito "in rete" non tanto per i supporti utilizzati quanto per sottolineare l'ambiente virtuale, a distanza, nel quale si svolgono le relazioni tra i partecipanti. La rete assume una funzione amplificatrice e favorisce la collaborazione dei gruppi; secondo Trentin, resta comunque indispensabile che alla base di queste comunità in rete vi sia una comunità reale, fatta di momenti di incontro fattuale, di conoscenza personale, che possano permettere la coesione e garantire lo svolgimento delle consuete attività di comunicazione e apprendimento a distanza.

L'analisi concettuale e le difficoltà di misurazione in termini gestionali rendono la conoscenza un oggetto di studio ben più complesso rispetto, ad esempio, all'informazione: vengono infatti interessati, nei processi elaborativi, aspetti razionali ma anche aspetti intuitivi e del tutto personali, tali da rendere complessi gli studi di settore (che l'autore

indica con terminologia anglosassone *knowledge management*). Il *knowledge management* viene così definito come quel processo di ricerca, selezione, organizzazione, sintesi e presentazione dell'informazione, volto a migliorarne la comprensione. Si prosegue così con l'analisi dei modelli principali della "gestione della conoscenza" e delle strategie da attuare per gli addetti ai lavori, per lo più applicabili a realtà aziendali: l'enunciazione di leggi e relativi corollari forse appesantisce la lettura ai non specialisti del settore e risente di un eccessivo tentativo di sistematizzazione.

La seconda parte (sebbene un po' troppo infarcita di errori tipografici) mette invece a fuoco le diverse realtà delle comunità di pratica ed in particolare delle comunità *online*, le cui caratteristiche vengono descritte accuratamente, e analizzate anche secondo una sorta di curva biologica, dalla loro nascita alla produzione della "memoria comunitaria" e al modo per conservarla. Ecco perché la sezione sulle comunità *online* può risultare particolarmente utile a chi lavora nel mondo della ricerca, delle biblioteche e dell'informazione in generale: per l'analisi di contesti e ambienti prossimi di lavoro, o per la selezione di casi di studio così ricorrenti.

Giuseppina Vullo
Viterbo

Censis. *Terzo rapporto sulla comunicazione in Italia: giovani e media*. Milano: Franco Angeli, 2004. 224 p.: ill. ISBN 88-464-5701-3. € 20,00.

Con il consueto rapporto annuale Censis/Ucsi sulla comunicazione in Italia del 2003 si giunge alla terza edizione di un progetto più ampio, ideato nel 2001, che si proponeva di diventare strumento affidabile e stabile per quanti vivono nei media e per quanti sono interessati a una comprensione e gestione del presente. La prima edizione del progetto riguardava l'uso dei media nelle famiglie, la seconda edizione le diete mediatiche individuali, mentre questo terzo rapporto pone l'accento sulle relazioni fra i giovani e i media. Il rapporto si compone principalmente di due parti: una dedicata alla domanda di comunicazione, quindi alla popolazione che usufruisce dei media, l'altra dedicata all'offerta di comunicazione, quindi agli esperti che producono e propongono i contenuti della comunicazione. Per quanto riguarda la prima parte, quella dedicata alla domanda di comunicazione, l'indagine è stata svolta in due fasi: la prima di tipo qualitativo (tramite interviste individuali in casa del giovane intervistato), la seconda di tipo quantitativo (tramite la somministrazione di questionari). Grazie a questa duplice indagine emerge un'approfondita lettura della realtà giovanile: è possibile constatare un rapporto con i media «più creativo, più relazionale che individuale e più emozionale che razionale». I giovani sono grandi consumatori di media: il 90% guarda la televisione e usa il cellulare (quest'ultimo negli ultimi tre anni ha avuto progressioni esponenziali tanto da lambire la televisione); il 71% ascolta la radio; il libro riscontra successo tra i giovani per il 66,1% (contro il 38,5% del mondo adulto); il 48,4% legge almeno tre libri l'anno e il 49,9% legge per passione. Al contempo il libro è anche molto estraneo al mondo giovanile e in particolare è l'esperienza scolastica non esaltante ad allontanare dalla lettura. Infatti, quando l'incontro avviene spontaneamente, l'esito è diverso, soprattutto tra le donne; a leggere il quotidiano è il 44% degli intervistati e il giornale viene letto per passione soprattutto dai giovani che nutrono convinzioni politiche poiché la notizia accompagnata dal commento offre una lettura orientata: il giornalista appare, in questo contesto, l'opinionista piuttosto che lo specialista dell'informazione. L'uso dei periodici risulta episodico, solo il 15,2% è lettore di riviste principalmente in virtù del loro carattere di approfondimento della notizia; Internet attira il 58,7% dei giovani che lo ritiene la sintesi di tutti i media