

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

mentre l'altra parte diffida della sua invasività temendo di perdersi nei meandri della rete. La seconda parte, quella dedicata all'offerta di comunicazione, è di minore interesse per il mondo bibliotecario, poiché mira a conoscere le frontiere di accesso alla professione di giornalista, al periodo di praticantato e all'esame di stato per ottenere la qualifica professionale. La somministrazione di un questionario ha permesso di capire il tipo, gli ambiti, le modalità e l'intensità formativa del praticantato svolto; inoltre, il questionario svelava il profilo dei candidati all'esame di stato (titolo di studio, corsi di formazione, esperienze professionali di rilievo, lingue e software conosciuti), le loro opinioni e aspirazioni.

Michelangelo Crocco
Viterbo

Stefano Vitali. *Passato digitale: le fonti dello storico dell'era del computer*. Milano: Bruno Mondadori, 2004. 240 p. (Le scene del tempo). ISBN 88-424-9040-7. € 20,00.

Il fulcro della riflessione di Stefano Vitali è costituito dai problemi che emergono dall'uso del computer, dell'informatica e di Internet come strumenti di ricerca storica, nonché dal problema «della utilizzabilità scientifica dei materiali in formato digitale e di quelli affidati alla rete in particolare», come si afferma nell'*Introduzione*.

Le fonti digitali, usando le parole di Vitali, «dimostrano di possedere delle inedite potenzialità conoscitive, ma pongono al tempo stesso delle stimolanti sfide epistemologiche». Il lavoro di Vitali si presenta organico ed esaustivo nell'affrontare l'argomento, partendo dalle prime applicazioni dei computer al lavoro storico negli anni Sessanta, e terminando con una analisi dei problemi metodologici posti da Internet e dal World Wide Web nel momento in cui diventano essi stessi fonti per lo storico.

Il volume è suddiviso in tre parti; la prima affronta la relazione fra il computer e il lavoro dello storico, dagli anni Sessanta, come sopra ricordato, fino alle ultime applicazioni in ambito Web. La seconda parte è dedicata alla storia sul Web, ossia alle possibilità di ricerca offerte dalla rete e alla nascita di nuove fonti per lo storico, nonché alle strategie di ricerca *online*, ai problemi di codifica e di rappresentazione digitale dei testi e delle fonti, e ai problemi di gerarchia delle fonti inevitabilmente generati dalla natura stessa di Internet. L'ultima parte è dedicata alle nuove metodologie della ricerca storica, inevitabilmente legate alle nuove fonti, con i problemi connessi alla natura stessa di queste fonti: vengono infatti affrontati i problemi di stabilità delle fonti, di verificabilità e autenticità delle fonti e soprattutto di archiviazione e conservazione delle fonti stesse, fino all'analisi di Internet come fonte storica primaria.

La seconda e la terza parte risultano obiettivamente più interessanti per i non addetti ai lavori, in quanto affrontano aspetti di Internet che travalicano la ricerca storica, e che stanno diventando di importanza notevole per tutta la società. I problemi di conservazione della memoria digitale, dei documenti, degli archivi, delle *virtual libraries*, della migrazione continua cui devono sottostare i documenti digitali pena la loro impossibilità a essere consultati, quindi pena la loro "morte", la conservazione delle pagine Web, travalicano il mestiere di storico e riguardano il nostro concetto di società, civiltà, nonché il nostro rapporto con noi stessi e con la nostra immagine della società e con quello che vogliamo resti come memoria della nostra epoca.

Si tratta senza dubbio di un testo di piacevole lettura, con analisi dettagliate degli argomenti affrontati, senza però cadere in tecnicismi ostici al lettore non esperto e ricco di spunti, come già accennato in precedenza. Fra questi non possiamo non menzionare l'acceso dibattito sull'archiviazione delle pagine Web, e sulla loro catalogazione, la rilevanza di progetti come *Wayback machine*, *Internet archive*, o il progetto svedese *Kulturarw3* confluito nel *Nordic Web Archi-*