

sioni, con ampie disponibilità economiche e, in alcuni casi, molto strutturate, tuttavia qualche suggerimento, o almeno la filosofia che ne è alla base, con alcune semplificazioni, è applicabile anche a realtà medio-piccole.

Varie sono le strategie proposte per promuovere la biblioteca, alcune utilizzano mezzi tradizionali, altre prevedono l'utilizzo di risorse informatiche, e del resto non potrebbe che essere così, considerato che, nonostante i recenti sviluppi dei supporti informativi *online*, c'è ancora una larga fascia di popolazione legata a quelli tradizionali.

In dettaglio si affrontano i seguenti temi:

- l'utilizzo del passaparola per la promozione dei servizi;
- l'organizzazione di attività di promozione tradizionale;
- l'utilizzo e la gestione delle pubbliche relazioni a fini di marketing;
- il coinvolgimento in queste attività di utenti o persone che, per le cariche ricoperte in ambito locale, per le loro relazioni personali o per altro motivo, possono influenzare l'opinione pubblica locale a favore della biblioteca;
- la promozione delle risorse elettroniche;
- l'utilizzo dei nuovi media a fini promozionali;
- il *design* di *gadget* e altro materiale promozionale.

Di facile lettura e dotata di grafica gradevole, l'opera è strutturata in modo da essere facilmente utilizzabile anche da chi ha già in mente un'idea e cerca suggerimenti per ampliarla, o meglio svilupparla e realizzarla: gli indici accurati aiutano a individuare subito il capitolo che interessa. Il libro, infatti, può essere letto dall'inizio alla fine se si vuole avere un panorama completo e dettagliato del marketing della biblioteca, ma può anche essere sfogliato e consultato per una ricerca veloce delle tematiche esposte.

Il testo è arricchito da molti esempi, piani di lavoro, liste e altri aiuti, comprese indicazioni di siti web da cui scaricare software gratuiti, o di costo modesto, utili per la realizzazione di strumenti per la promozione della biblioteca, dove trovare immagini, esempi di campagne pubblicitarie (o parti di queste) particolarmente efficaci, da cui il bibliotecario può trarre spunti. Gli esempi proposti e i siti internet consigliati sono per lo più americani, tuttavia possono essere utili a qualsiasi bibliotecario, eventualmente adattandoli alla propria realtà.

Maria Pia Tremolada

Biblioteca popolare comunale di Lonate Pozzolo (VA)

Alain Jacquesson. *Google Livres et le futur des bibliothèques numériques: historique du projet, techniques documentaires, alternatives et controversies*. Paris: Éditions du Cercle de la librairie, 2010. 223 p. (Bibliothèques). ISBN 13: 978-2-7654-0980-9. € 36,00.

Nel 2004 Google annuncia di voler costruire in cinque anni una biblioteca universale, digitalizzando il patrimonio delle biblioteche mediante un progetto che, nascendo nel 2002 con il nome di *Project Ocean* e variando denominazione nel tempo più volte, si stabilizza nel 2009 come *Google Books*, mentre in Francia, pur seguendo un percorso analogo a quello americano, viene chiamato *Google Livres*.

Nel suo libro, Alain Jacquesson illustra questo progetto partendo dalle origini, quando Sergey M. Brin e Lawrence E. Page crearono l'algoritmo per la ricerca, e analizzando *Google Livres*, senza tralasciarne alcun aspetto strutturale, funzionale, gestionale, commerciale e giuridico.

Google Livres, che attualmente mette a disposizione 30 milioni di libri indicizzati, permette all'utente di navigare da un libro all'altro, di visualizzarne le voci, anche quelle pertinenti e/o correlate e, con un semplice clic, di sfogliare pagine di libri digitalizzati, per leggerle, stamparle o salvarle e creare una propria biblioteca virtuale. Inoltre, indica la biblioteca più vicina

con l'ausilio di mappe ed usa link per rimandare ai siti dei librai o degli editori.

L'Autore prosegue descrivendo la strategia politica e di mercato che ha permesso a *Google Livres* di essere vincente e competitivo, nonostante l'opposizione dell'Associazione degli editori e delle case editrici che gli intentarono causa per violazione del diritto d'autore, accusandolo di avere utilizzato una strategia aggressiva e spregiudicata: la causa si è chiusa, ma Google lavora ancora per perfezionare l'accordo, affinché vi siano garanzie durevoli che soddisfino e avvantaggino tutti.

Non viene tralasciata la descrizione degli altri motori di ricerca che si sono occupati di digitalizzazione come Europea, Hathi Trust, Internet Archive e Gallica, ma dal confronto, sebbene l'analisi di Jacquesson sia obiettiva e talvolta critica, emerge chiaramente che *Google Livres* sovrasta tutti. Il successo prosegue grazie ai nuovi obiettivi individuati, come la digitalizzazione dei libri fuori stampa protetti da copyright, dei libri in commercio protetti da copyright e dei libri non protetti da copyright.

Dal nono all'undicesimo capitolo viene ripercorsa la storia degli accordi stilati con varie biblioteche americane, europee e anche italiane, senza nascondere difficoltà, critiche e ostacoli, che non hanno però impedito a Google di continuare a perfezionare quel sogno iniziale di costruire una biblioteca universale liberamente accessibile a tutti, in qualsiasi parte del mondo, ricorrendo all'ausilio dell'informatico piuttosto che del bibliotecario, utilizzando e sfruttando, però, le tecniche biblioteconomiche per migliorare e perfezionare la qualità della ricerca. In questa prospettiva si colloca l'accordo stipulato con Ohio College Library Center (OCLC) che, disponendo di 169.000.000 notizie bibliografiche e di 1.361.000.000 localizzazioni ripartite in 71.000 biblioteche di 112 paesi, permette a *Google Livres* di usufruire di una grande quantità di metadati di ottima qualità.

Sebbene gli attacchi e le denunce non manchino, Google resta un concorrente difficile da superare per la politica degli investimenti e degli accordi, per l'individuazione e la ricerca di nuovi mercati e per la diversificazione della domanda e dell'offerta: a fine 2010 attiverà un sistema per la vendita di e-book.

La sfida di *Google Livres* di monopolizzare il mercato mondiale con la digitalizzazione dell'intero patrimonio librario continua; per questo, nell'ultimo capitolo l'Autore non sa se definirlo angelo o demone, quasi a voler stimolare gli altri motori a ricercare nuove competenze e strategie per contrastare questa egemonia.

Alain Jacquesson termina chiedendosi se vi sarà un'alternativa a *Google Livres* o se invece esso sarà destinato a dominare a lungo: il tempo ce lo dirà. Certamente per il lettore avere a disposizione un ingente patrimonio librario digitalizzato rappresenta, comunque, una conquista.

Vincenza Daniele
Università di Padova

Yves Desrichard. *Bibliothèques et écritures, d'ASCII à UNICODE*. Paris: Éditions du Cercle de la librairie, 2009. 120 p. (Bibliothèques). ISBN 9782765409748. € 29,00.

In questo studio Yves Desrichard, redattore capo del *Bulletin des bibliothèques de France*, analizza la gestione dei caratteri nei sistemi informatici e nei software di gestione delle biblioteche. In un contesto dove l'informatizzazione assume sempre più importanza, la sfida da affrontare è quella rappresentata da codici come ASCII (*American Standard Code for Information Interchange*, tradotto come *Codifica Americana Standard per lo Scambio d'Informazioni*) e UNICODE, un sistema di codifica che assegna un numero univoco ad ogni carattere usato per la scrittura di testi, in maniera indipendente dalla lingua, dalla piattaforma informatica e dal programma.

Nella prima parte del volume, di carattere storico, l'Autore traccia un panorama della