



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea Magistrale
in Storia e gestione del patrimonio archivistico e
bibliografico

Tesi di Laurea

I servizi di reference in biblioteca attraverso l'uso dei social media

Relatore

Ch. Prof. Riccardo Ridi

Correlatore

Ch. Prof. Paolo Eleuteri

Laureando

Andrea Donapai
Matricola 966760

Anno Accademico

2018 / 2019

Indice

CAPITOLO 1 IL SERVIZIO DI REFERENCE	3
1.1 Cos'è il Reference	3
1.1.1 Le origini	4
1.1.2 L'evoluzione del servizio	9
1.2 Come funziona il Reference	12
1.2.1 Le cinque leggi della biblioteconomia di Ranganathan	13
1.2.2 Le "transazioni di reference" (reference transactions)	15
1.3 Aspetti etici del servizio	20
1.4 Il rapporto con l'utente e l'intervista di reference	25
CAPITOLO 2 IL REFERENCE DIGITALE	28
2.1 Il Reference digitale	28
2.1.1 Il ruolo del bibliotecario nel Virtual Reference Service	33
2.2 Social media	35
2.3 Il dibattito sul ruolo della biblioteca oggi: la <i>library 2.0</i>	40
2.4 Etica del servizio nell'era digitale: accesso, privacy e libertà intellettuale	44
2.5 Il reference attraverso i social media	46
2.5.1 Tecnologie "social" utilizzabili per il reference	46
2.5.2 Il marketing a servizio del reference sui social media	53
2.6 Analisi di alcuni social media	57
2.6.1 Facebook	57
2.6.2 Twitter	60
2.6.3 Blog	62
2.6.4 Wiki	64
2.6.5 Instagram	66
2.6.6 Whatsapp	68
2.6.7 La messaggistica istantanea	69
2.6.8 L'intervista di reference e la comunicazione nel reference virtuale	70
CAPITOLO 3 INDAGINE SULL'USO DEI SOCIAL MEDIA DA PARTE DI ALCUNE BIBLIOTECHE ITALIANE	73

3.1	Le biblioteche statali	73
3.2	Le biblioteche universitarie	76
3.3	Le biblioteche pubbliche comunali	81
	CONCLUSIONI	86
	Bibliografia	88

CAPITOLO 1

IL SERVIZIO DI REFERENCE

1.1 Cos'è il Reference

Il *reference service* è l'insieme delle attività di assistenza, consulenza e orientamento¹ svolte in una biblioteca affinché i bisogni informativi e conoscitivi della propria utenza vengano soddisfatti attraverso un servizio personalizzato²: il reference costituisce per alcuni autori l'archetipo della biblioteca, l'attività centrale per la propria finalità istituzionale³.

Nel 1915 William Warner Bishop scriveva sull'attività di reference dei bibliotecari che essi sono «employees assigned to the task of assisting readers in the prosecution of their studies⁴», sottolineando anche come fossero considerati dagli utenti più come una parte meccanica della biblioteca, un registro o un catalogo che come dei professionisti: proseguendo nella sua analisi, Bishop sintetizza il lavoro del bibliotecario come «quiet, self effacing, but not passive or unheeding. To make books useful, and more used this is his aim⁵».

Il termine inglese non ha una traduzione precisa in italiano, o meglio non ha un corrispettivo che ne ricopra perfettamente la semantica, motivo per cui il termine viene spesso utilizzato in inglese, senza che venga tradotto. La parola a cui è stato più volte

¹ G. VIGINI, *Glossario di biblioteconomia e scienze dell'informazione*, Bibliografica, Milano, 1985, p. 95.

² S. R. RANGANATHAN, *Reference service*, Bangalora, Sarada Ranganathan endowment for library science, 1961, trad. di C. Biancini (Le lettere: Firenze, 2011), pp. 45-52.

³ M. GUERRINI, *Il reference come paradigma della biblioteca*, in S. R. RANGANATHAN, *Il servizio di Reference*, op.cit., pp. IX-XV.

⁴ W. W. BISHOP, *The theory of reference work*, in «Bulletin of the American Library association», Vol. 9 (1915), No. 4, pp. 134-139 (p. 134).

⁵ *Ivi*, p. 139.

affiancato il reference in Italia è “consultazione⁶” o “consulenza”, inteso come concetto di consultazione o consulenza in biblioteca, indicando il servizio di assistenza che il bibliotecario fornisce secondo le necessità del lettore: «Il servizio di reference è il processo che stabilisce il rapporto tra il lettore e i suoi documenti in modo personalizzato⁷».

L’analisi sul quale possa essere la traduzione o l’utilizzo della terminologia più adeguata tra l’anglofono “*reference service*” o “servizio informazioni”, si potrebbe rinviare, con un’analisi di insieme, alla considerazione che entrambi racchiudano di quello che è la biblioteca, ossia il concetto di “dare informazioni”⁸. In tal senso, sarebbe da considerarsi come un grande contenitore dove si trova ogni aspetto del lavoro della biblioteca, teso a ogni modo verso il momento finale di incontro tra l’informazione e il pubblico, cioè di offerta dell’informazione organizzata e mediata.

1.1.1 *Le origini*

Seppur in maniera informale, da sempre nelle biblioteche è stata offerta assistenza agli utenti da parte dei bibliotecari, senza seguire nessun tipo di schema se non quello di dare eventuale supporto a un target di utenza colta che già sapeva come muoversi per le proprie ricerche⁹.

La nascita del vero e proprio servizio di reference strutturato vede le sue origini all’interno della società americana del XIX secolo, quando si registrano un forte incremento delle pubblicazioni e un aumento dell’istruzione¹⁰. Con l’aumento della popolazione studentesca inoltre aumentava anche la frequenza nelle biblioteche di utenti

⁶ R. PENSATO, *Il servizio di consultazione*, in P. GERETTO (a cura di), *Lineamenti di biblioteconomia*, Carocci, Roma, 1991, pp. 271-297.

⁷ S. R. RANGANATHAN, *Reference service*, cit., p. 45.

⁸ G. GATTI, *Come si traduce Reference?*, con interventi di R. Morriello, A. Petrucciani e R. Ridi, in *AIB-WEB contributi*, 2001-09-04, ultimo aggiornamento 2004-01-22, consultato 2019-09-25, <https://www.aib.it/aib/contr/gatti1.htm>.

⁹ C. LEONARDI, *Il reference in biblioteca: guida ai servizi d’informazione*, Bibliografica, Milano, 1995, p. 17.

¹⁰ A. AGHEMO, *Informare in biblioteca*, Bibliografica, Milano, 1992, p. 11.

provenienti non più solo dagli strati alti della società¹¹, ampliando quindi il bisogno di assistenza nelle ricerche da parte di personale preparato e individuando nuovi strumenti che potessero aiutare la gestione dell'esponenziale aumento delle raccolte come il catalogo a dizionario, gli schemi di classificazione e gli indici di periodici¹².

È in questi anni che si diffondono le *public libraries*, che cercano di ritagliarsi uno spazio superando la concezione di “custodia” dei materiali, con l'obiettivo invece di promuovere e rendere la biblioteca e i suoi materiali accessibili a tutti, anche alle classi sociali sprovviste degli strumenti intellettuali e delle basi conoscitive necessarie per accedere alle biblioteche storiche e di ricerca; i libri progressivamente non vengono più custoditi nei magazzini ma collocati a scaffale aperto, nelle apposite sale di lettura, dove vengono classificati basandosi sull'indicizzazione semantica¹³.

La biblioteca si plasma sulle necessità dell'utente e, nella seconda metà del XIX secolo, la trasformazione dell'utenza specialmente in ambito anglo-americano è netta: la necessità di creare questo tipo di servizio si lega inevitabilmente al crescere del livello dell'istruzione, al rapido sviluppo della società industrializzata, ai processi di alfabetizzazione e di istruzione e all'incremento della quantità e della varietà delle risorse bibliografiche prodotte e disponibili che hanno portato ad un consistente aumento del bacino di utenza reale, ma anche potenziale, dei servizi offerti dalle biblioteche¹⁴.

Un grosso incentivo alla creazione di servizi informativi per le *public libraries* veniva dato anche dalla necessità di giustificare le spese che venivano finanziate da soldi pubblici: questo risultava incoraggiante per trovare nuove strategie di informazione all'utente e per dimostrare l'utilità reale del lavoro del bibliotecario. Ma nonostante ciò, il *reference service*, seppur rivolto all'intera popolazione e non solo a un'utenza erudita, trovò all'epoca opposizioni da parte di bibliotecari e amministratori fautori della concezione antica della biblioteca¹⁵.

¹¹ *Ibidem*.

¹² C. LEONARDI, *op.cit.*, pp. 17-18.

¹³ S. R. RANGANATHAN, *Reference service, cit.*, pp. IX-X.

¹⁴ G. DEL BONO, R. VINCENTI, *Il servizio di consultazione e reference*, in G. SOLIMINE, P. G. WESTON (a cura di), *Biblioteche biblioteconomia: principi e questioni*, Carocci, Roma, 2015, pp. 467-497.

¹⁵ A. AGHEMO, *op. cit.*, pp. 11-12 e C. LEONARDI, *op.cit.*, pp. 17-18.

Uno dei primi dipartimenti addetti al reference fu avviato a Chicago da William Frederick Poole alla fine del 1800, ma non è semplice ricostruire oggi come esso fosse strutturato¹⁶. Le biblioteche britanniche di metà '800 distinguevano tra la *lending library* e la *reference library*, riferendosi però prettamente all'uso dei libri, distinguendoli tra quelli che potevano essere presi in prestito (*lending*) e quelli che invece venivano consultati in loco (*reference*), senza legami con il tipo di lavoro delle persone che stavano in quei dipartimenti della biblioteca¹⁷.

Per dare un'idea di come venisse percepita in quegli anni la biblioteca, a Chicago nel 1881 alcuni architetti che lavoravano a proposte progettuali, stavano incorporando nei loro programmi una zona apposita alla *reference library*; sempre a Chicago negli stessi anni le persone si riferivano al "*reference department*" in contrapposizione alla "*reading room*" della biblioteca pubblica¹⁸. Più in generale, non ci si riferiva alle funzioni del bibliotecario che lavorava nel dipartimento ma al tipo di libri che si trovavano lì, d'altronde i frequentatori delle biblioteche di allora erano perlopiù persone colte che sapevano cosa cercare e come utilizzare i cataloghi presenti in biblioteca¹⁹.

Il primo a sostenere che fosse insufficiente offrire agli utenti i soli cataloghi e opere di consultazione fu il bibliotecario del Massachusset Samuel Swett Green che durante il convegno dei bibliotecari a Philadelphia nel 1876, presentò una relazione dal titolo *Personal relations between librarians and readers*²⁰, esprimendosi per la prima volta in maniera esplicita con un programma a favore dei bibliotecari che assistono gli utenti delle biblioteche pubbliche nella ricerca di informazioni²¹.

Green suggerì che il bibliotecario di riferimento dovesse svolgere quattro funzioni:

¹⁶ D. GARRISON, *Apostles of Cultures: the public librarian and american society, 1876-1920*, Free Press, New York, 1979, p. 29.

¹⁷ J. M. STILL, *A History of Reference*, in K. E. ANDERSON, V. B. CVETKOVIC (edited by), *Reinventing Reference*, Ala, Chicago, 2015, pp. 3-12.

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹ *Ibidem*.

²⁰ S. S. GREEN, *Personal relations between librarians and readers*, in «Library journal», I, 1876, fasc. 2-3, pp. 74-81.

²¹ C. BIANCHINI, *La biblioteca è reference. Definizione, modelli, prospettive del servizio di reference*, in «Biblioteche Oggi Trends», III, 2017, pp. 4-26.

- istruire il lettore alle modalità della biblioteca;
- assistere il lettore alle sue domande;
- aiutare il lettore nella selezione delle opere;
- promuovere la biblioteca all'interno della comunità²².

«Quando gli studiosi e le persone di elevato status sociale entrano in una biblioteca, sono sicuri che saranno ricevuti con cordialità tale da spingerli a esprimere i propri bisogni senza timidezza o difficoltà. Gli uomini socialmente più modesti, che percorrono le strade più umili dell'esistenza, e i ragazzi e le ragazze che studiano, hanno bisogno invece di essere incoraggiati prima di diventare capaci di esprimere liberamente ciò che vogliono²³».

Queste parole che per noi risultano quasi ovvie, all'epoca non furono da tutti apprezzate: i bibliotecari infatti si dividevano tra chi era affascinato dal reference, ma anche tra i più fedeli custodi passivi di libri che vedevano il servizio di consulenza come un semplice fatto di cortesia²⁴.

Il 1876 è considerato l'*annus mirabilis* della biblioteconomia americana perché ricco di assestamenti sul fronte organizzativo e teorico; vengono pubblicate in questo anno anche le *Rules for a printed dictionary catalogue* di Charles Ammi Cutter, e la *Classificazione Decimale* di Melvin Dewey²⁵. Durante il convegno bibliotecario di Philadelphia verrà anche fondata l'*American Library Association* (ALA)²⁶.

L'anno successivo, a Londra, durante il convegno in cui verrà fondata la *Library Association* (LAUK), lo stesso Green, delegato dall'ALA, tiene un saluto che intitola molto significativamente *Access to librarians*. Nonostante un certo numero di biblioteche inglesi offrisse già un servizio di consulenza però, anche i bibliotecari inglesi si divisero fra «i seguaci della filosofia centrata sull'utente e sul dovere di assisterlo personalmente, e i

²² D. TYCKOSON, *On the desirableness of personal relations between librarians and readers: the past and future of reference service*, in «Reference Services Review», XXXI, 2003, Fasc. 1, pp. 12-16.

²³ S. S. GREEN, *op.cit.*, p. 74.

²⁴ C. LEONARDI, *op.cit.*, pp. 18-19.

²⁵ S. R. RANGANATHAN, *Reference service, cit.*, pp. IX-X.

²⁶ C. LEONARDI, *op.cit.*, pp. 18-19.

fautori di quella centrata sui libri e la loro custodia²⁷». Ciononostante, alcune biblioteche pubbliche inglesi tra il 1880 e il 1900 adottarono un servizio di reference che aveva una duplice funzione: la ricerca di informazioni, che avveniva nelle sale di consultazione, e la scelta vera e propria dei libri, che avveniva direttamente negli uffici di prestito²⁸.

Tornando agli Stati Uniti, anche il 1882 è da considerarsi una data importante: in questo anno William Frederick Poole tenne un incontro con i dirigenti delle scuole locali di Chicago per stabilire che le scuole avrebbero portato gli studenti nella biblioteca pubblica ogni sabato: l'insegnante avrebbe quindi introdotto gli studenti a un particolare argomento di cui il bibliotecario avrebbe selezionato i libri dalla collezione e avrebbe istruito gli studenti al proseguimento della ricerca²⁹.

Gli effetti del discorso di Green furono immediati ma non massicci, con solo circa una dozzina di biblioteche che nel decennio successivo dichiararono di far uso di un servizio personalizzato per l'utente³⁰. Tra i primi a organizzare un vero e proprio ufficio di reference negli Stati Uniti, troviamo Melvil Dewey che inaugurò nella biblioteca del Columbia College nel 1886 un vero e proprio "ufficio di reference" fornito di ben due bibliotecari: fu lo stesso Dewey a coniare il termine *reference librarian*³¹.

Da allora, negli Stati Uniti gli uffici di reference si diffusero rapidamente, tanto da portare la stessa Library of Congress nel 1906 a soddisfare diecimila richieste di informazioni all'anno³².

La figura del responsabile del servizio di reference diventò man mano sempre più complessa ed importante con la nascita delle *Special Libraries*: con la specializzazione delle discipline e dello studio universitario, sia il campo di impiego che il patrimonio librario sono altamente definiti, andando a creare richieste rivolte al bibliotecario ben diverse da quelle rivolte ad una biblioteca pubblica. In questo tipo di biblioteche si vanno a formare domande precise che aspettano altrettanta precisione nell'indicare testi che

²⁷ *Ivi*, p. 19.

²⁸ *Ivi*, pp. 18-19.

²⁹ J. M. STILL, *op. cit.*, pp. 6-7.

³⁰ C. LEONARDI, *op. cit.*, pp. 18-19.

³¹ C. BIANCHINI, *op. cit.*, pp. 6-7.

³² C. LEONARDI, *op. cit.*, pp. 18-19.

possano soddisfare l'utenza: questo contesto pose le premesse per un'elaborazione teorica del servizio di reference³³.

1.1.2 L'evoluzione del servizio

Se fino ad ora il dibattito principalmente affrontato era focalizzato sulla necessità o meno di un servizio di reference all'interno della biblioteca, dall'ultimo decennio del XIX secolo l'interrogativo viene incentrato sul tipo di servizio da fornire agli utenti e sulla sua teorizzazione.

Una reale elaborazione teorica del servizio inizierà però soltanto negli anni Trenta del XX secolo, quando la transazione utente-bibliotecario verrà maggiormente studiata³⁴. Il primo autore a trattare direttamente l'argomento sarà James Wyer nel 1930, pubblicando un manuale dal titolo *Reference work. A textbook for students of library works and librarians (1930)*, che individuava tre livelli per il servizio reference: conservatore, liberale e moderato.

Nell'ordine, Wyer sottolinea tre aspetti del reference, si tratta di un servizio che porta all'uso delle fonti interne alla biblioteca, all'assistenza per le fonti esterne e all'aiuto per le fonti interne ed esterne che all'occorrenza diviene sostituzione del bibliotecario all'utente³⁵.

«Nel livello conservatore il bibliotecario indirizza l'utente alle fonti informative utili e lo istruisce sul loro uso, lasciando poi che sia l'utente a trovare l'informazione desiderata. Il servizio moderato implica che il bibliotecario indirizzi l'utente a una fonte e/o la consulti con lui o per lui, a seconda delle circostanze. Il terzo livello richiede che il bibliotecario si assuma un impegno nei confronti della ricerca informativa dell'utente, anche utilizzando le risorse di altre biblioteche, se necessario³⁶».

³³ E. B. CHRISTIANSON, *Special Libraries: Putting Knowledge To Work*, in «Library Trends», I, 1976, pp. 399-416.

³⁴ C. LEONARDI, *op.cit.*, pp. 21-23.

³⁵ C. BIANCHINI, *op.cit.*, pp. 4-26.

³⁶ C. LEONARDI, *op.cit.*, p. 22.

Wyer predilige il terzo livello che considera quello a cui tutti i responsabili del servizio di assistenza dovrebbero puntare.

Successivamente, nel 1943, Pierce Butler amplierà questi concetti sostenendo che «*reference work* è l'insieme delle attività con le quali gli uomini civilizzati ottengono l'informazione specifica desiderata utilizzando i libri organizzati in una biblioteca³⁷». Emerge con sempre maggiore chiarezza come non ci troviamo più davanti ad un approccio di semplice assistenza all'utente.

Anche la docente di biblioteconomia Margaret Hutchins, nel 1942, si espresse sull'attività di reference, sostenendo che «l'attività informativa può variare di biblioteca in biblioteca rispetto alla selezione dei materiali, ma le tecniche usate nel rispondere alle richieste sono fondamentalmente le stesse in tutti i tipi di biblioteca³⁸». Elemento di notevole importanza del suo manuale è riportato nell'introduzione, dove l'autrice analizza la psicologia dell'utente e del bibliotecario prendendo spunto da materie esterne alla biblioteconomia, inquadrando così il reference sia come "processo tecnico" ma anche come "processo psicologico", per arrivare all'intervista di reference a cui dedicherà un intero capitolo³⁹.

I tre livelli individuati da Wyer verranno ripresi, senza cambiarne le caratteristiche ma solamente le denominazioni e mantenendone lo stesso concetto da Samuel Rothstein, che in un lavoro del 1961 denominerà il livello definito "conservatore" con "minimo", "moderato" con "medio", "liberale" con "massimo"⁴⁰.

Rothstein approfondì anche il concetto di responsabilità collegato al servizio, negli anni Cinquanta infatti il servizio di reference non veniva visto come parte integrante del sistema bibliotecario ma anzi come l'ultimo arrivato: secondo Rothstein le componenti che formano il servizio sono l'istruzione all'uso dei libri ma anche della biblioteca, l'aiuto nella scelta dei giusti libri e la ricerca di informazioni inerenti la ricerca, non solo indicare i documenti su cui trovare le informazioni⁴¹. In base a queste componenti l'assistenza

³⁷ *Ibidem.*

³⁸ *Ibidem.*

³⁹ M. HUTCHINS, *Introduction to reference work*, Ala, Chicago, 1944.

⁴⁰ A. AGHEMO, *op. cit.*, p. 35.

⁴¹ C. LEONARDI, *op.cit.*, p. 24.

assume una varietà di configurazioni per cui, nel 1961, verranno sviluppate tre teorie su altrettante tipologie di biblioteche: la teoria minima per le biblioteche pubbliche, teoria massima per le biblioteche speciali e la teoria media per le biblioteche universitarie.

Analizzandole più nel dettaglio:

- il concetto definito da Wyer "conservatore" diventa **minimo**, e si applica alla biblioteca pubblica che ha il compito essenziale di istruire l'utente senza fornirgli direttamente l'informazione desiderata, e di essere imparziale nella fornitura del servizio;
- il concetto definito da Wyer "liberale" diventa **massimo**, ed è associato alla biblioteca speciale, in cui l'informazione è di fondamentale importanza per l'utenza che è composta da specialisti;
- il concetto definito da Wyer "moderato" diventa **medio**, e si applica alla biblioteca universitaria, dove il servizio è una via di mezzo tra le due teorie precedenti ma è caratterizzata da mancanza di chiarezza derivante dal fatto che il bibliotecario asserisce la superiorità pedagogica dell'istruzione rispetto alla fornitura diretta dell'informazione, ma si domanda se questa sia una buona ragione per limitare l'assistenza alla sua utenza non studentesca⁴².

Dopo la seconda guerra mondiale si ampliò la fame di cultura e il ricorso alle biblioteche diventò sempre più frequente, tanto che in molte biblioteche europee si pose il problema di come rispondere alle nuove esigenze, se con un metodo statico dove il bibliotecario impara molti titoli di opere, oppure un approccio ancorato alle fonti informative con uno specifico modello di tecnica di ricerca.

L'autore che in questo clima fa il punto della situazione e che sembra giungere all'apice della riflessione sul reference è Bernard Vavrek per il quale «reference è la biblioteca». Secondo Vavrek la funzione di istruzione deve essere realizzata considerando la biblioteca nella sua totalità come lo strumento di autoeducazione per l'utente. Il reference service non è solo l'insieme delle procedure di utilizzo degli apparati

⁴² S. ROTHSTEIN, *Reference service: the new dimension in librarianship*, in «College & research libraries», XXII, 1961, vol. 6, pp. 13-14.

bibliografici, ma coinvolge anche la psicologia dell'utente, l'ambiente in cui si genera il bisogno informativo, la psicologia del bibliotecario⁴³.

1.2 Come funziona il Reference

Dai diversi approcci presi in esame emergono alcuni elementi chiave del reference ai quali dedicare particolare attenzione per la ricerca di una definizione di questo concetto. Il reference è un processo che mette in relazione gli utenti e le risorse informative grazie all'intermediazione dei bibliotecari, ed è tale solo quando sono presenti tutti questi elementi⁴⁴; una definizione che potremmo considerare soddisfacente in quanto completa di questi aspetti, è quella proposta da Ranganathan, secondo cui la biblioteca inizia ad esistere solo quando la triade lettori, libri e personale funzionano insieme⁴⁵. Proseguendo nell'analisi di Ranganathan, nella sua opera *Reference Service* evidenzia come l'essenza stessa della biblioteca consiste nella mediazione tra i bisogni informativi degli utenti con le informazioni cercate: la nascita del servizio di reference è una conseguenza della necessità di portare a compimento la terza funzione della biblioteca, ovvero trasformare le persone in lettori⁴⁶.

È altresì vero che distinguere all'interno della totalità dei meccanismi della biblioteca una specifica funzione che definisca il servizio reference non avrebbe senso in quanto ogni membro del personale, bibliotecari o impiegati, così come ogni attività svolta, catalogazione o gestione della struttura, sono in un certo senso parte integrante di tale servizio⁴⁷. Quando si definisce il reference come biblioteca stessa, si intende proprio questo: «ciascuna variabile è potenzialmente significativa e incidente sulla qualità

⁴³ B. F. VAVREK, *A theory of reference service*, in «College & research libraries», XXIX, 1968, vol. 6, pp. 508-510.

⁴⁴ C. BIANCHINI, *op.cit.*, p. 10.

⁴⁵ S. R. RANGANATHAN, *The organization of libraries*, Oxford University Press, Oxford, 1963, p. 45.

⁴⁶ S. R. RANGANATHAN, *Reference service*, cit., pp. 56-57.

⁴⁷ R. RIDI, *I concetti fondamentali del servizio di reference*, in «Working Papers in Library and Information Science», VIII, 2010, p. 17.

dell'informazione recuperata⁴⁸». Si possono però evidenziare quelle funzioni caratteristiche collocate «più in prossimità della domanda informativa piuttosto che in prossimità dell'offerta, più in prossimità dell'utente che del docuverso, più al momento in cui l'utente esprime in diretta un bisogno informativo che a quello in cui si organizzano gli apparati catalografici e bibliografici⁴⁹»; per capire la natura e la ragione del “servizio informativo” in biblioteca al principio deve essere collocato il bisogno informativo dell'utente, poiché è proprio alla moltitudine di attività svolte per soddisfare le sue richieste che ci si riferisce con “reference service”, “servizio informativo”, “consulenza in biblioteca”, tutte definizioni del servizio date nelle principali pubblicazioni italiane sull'argomento come evidenzia Aurelio Aghemo, che gli attribuisce come nome più consono “servizio di informazioni in biblioteca⁵⁰”.

1.2.1 *Le cinque leggi della biblioteconomia di Ranganathan*

Tra i bibliotecari e biblioteconomi in assoluto più famosi di tutti i tempi, Ranganathan formula nel 1928 in seguito alle sue esperienze come insegnante di matematica e successivamente di bibliotecario⁵¹, le *Cinque leggi della biblioteconomia*. Queste risultano tutt'oggi di valido impiego all'interno della materia biblioteconomica, nonostante siano state redatte in un contesto spazio-temporale completamente diverso dall'attuale⁵².

Dover aver lavorato come insegnante di matematica nel 1917 presso il Government College di Madras, Ranganathan diventa bibliotecario all'interno dell'università nel 1924. Si forma quindi presso la *School of Librarianship* dell'University College di Londra, rientrando in India fortemente colpito dalla realtà delle biblioteche occidentali. Forte di

⁴⁸ C. LEONARDI, *op.cit.*, pp. 25-28.

⁴⁹ R. RIDI, *Biblioteche & formazione online*, in «Working Papers in Library and Information Science», VII, 2009, p. 17.

⁵⁰ A. AGHEMO, *op. cit.*, pp. 20-21.

⁵¹ S. R. RANGANATHAN, *Reference service*, cit., pp. 18-20.

⁵² *Ivi*, pp. IX-XV.

questa esperienza formativa incomincia a cercare dei principi generali a cui ricondurre l'essenza stessa della professione bibliotecaria e delle leggi valide per tutte le biblioteche, introducendo alcune idee di grande importanza per tutta la biblioteconomia moderna⁵³.

Le cinque leggi pubblicate nel 1931, nella versione italiana con traduzione a cura di Bianchini sono:

- 1 - I libri sono fatti per essere usati;
- 2 - A ogni lettore il suo libro;
- 3 - A ogni libro il suo lettore;
- 4 - Risparmia il tempo del lettore;
- 5 - La biblioteca è un organismo che cresce.

Ognuna di esse, volta a definire le modalità con cui deve applicarsi il servizio bibliotecario, ha una funzione precisa: "i libri sono fatti per essere usati" incarna il valore dell'accessibilità, l'idea di un servizio offerto dalla biblioteca alla comunità, la seconda legge "a ogni lettore il suo libro" si concentra invece sugli utenti, i destinatari del servizio, ribadendo l'importanza della libertà ed equità d'accesso all'informazione, la terza legge "a ogni libro il suo lettore" si rivolge invece a chi offre il servizio, esortandolo a promuovere l'incontro tra libri e lettori, come se il libro dovesse scegliere il proprio lettore, soprattutto attraverso il servizio di reference, la quarta legge "risparmia il tempo del lettore" stabilisce di dover offrire la massima efficienza e professionalità nel servizio in quanto «non dovrebbe esserci nessun intervallo di tempo tra lo stimolo e la risposta⁵⁴», ed infine la quinta legge "la biblioteca è un organismo che cresce" chiede di guardare alla biblioteca e ai suoi servizi non in modo statico ma in continua crescita, non solo dal punto di vista editoriale, ma dal punto di vista dei servizi e della qualità informativa.

Ranganathan pone questi cinque principi come base dell'intera biblioteconomia, persino per operazioni di matrice più tecnica riguardanti ad esempio la classificazione

⁵³ C. GNOLI, *Il tavolino di Ranganathan*, in «Bibliotime», III, 2010, vol. 3, consultato il 28-10-2019, <https://www.aib.it/aib/sezioni/emr/bibtime/num-iii-3/gnoli.htm>

⁵⁴ S. R. RANGANATHAN, *Library manual for school, College and Public Libraries (with revised examples of Subject Classification)*, Asia Publishing House, Bombay, 1962, p. 34.

libreria, sottolineando come il lettore sia da considerarsi il centro della biblioteca. Ogni operazione deve essere svolta tenendo conto dell'utente: "a ogni lettore il suo libro", sottolinea come sia fondamentale garantire a ogni lettore il libro più adatto, ponendo come principio la libertà e l'equità di accesso all'informazione⁵⁵.

La biblioteca di classe diede ampia possibilità a ogni studente di trovare il libro perfetto – adeguato per livello e per approccio. Ciò mi permise di provare la gioia di camminare al fianco di ogni studente col suo passo. Ciascuno studente si ritrovò completamente impegnato nell'apprendimento. I più dotati non si annoiavano. I più lenti non si deprimevano. Era una gioia per l'insegnante, ma lo era anche per tutti gli studenti. L'insegnate-in-me mi aveva spinto verso questa specie di assistenza personale agli studenti nella scelta del libro giusto per lo studente giusto, nel modo giusto e al momento giusto. Il bibliotecario-in-me non era ancora emerso. Ora mi rendo conto che ciò che fui portato a fare allora era il servizio di reference – il vero lavoro del bibliotecario⁵⁶.

Secondo Ranganathan, il servizio di reference è «il processo che stabilisce il contatto tra il lettore e i suoi documenti in modo personalizzato⁵⁷», la mediazione tra i bisogni informativi degli utenti e le informazioni cercate: è l'essenza stessa della biblioteca.

1.2.2 Le "transazioni di reference" (*reference transactions*)

Reference Transactions are information consultations in which library staff recommend, interpret, evaluate, and/or use information resources to help others to meet particular information needs. Reference transactions do not include formal instruction or exchanges that provide assistance with locations, schedules, equipment, supplies, or policy statements⁵⁸.

⁵⁵ R. RIDI, *Etica bibliotecaria. Deontologia professionale e dilemmi morali*, Editrice Bibliografica, Milano, 2011, p. 59.

⁵⁶ S. R. RANGANATHAN, *Reference service*, cit., trad. di C. Biancini (Le lettere: Firenze, 2011), p. 16.

⁵⁷ *Ivi*, p. 45.

⁵⁸ RUSA, "Definitions of Reference", American Library Association, 29 September 2008, consultato il 28-10-2019, <http://www.ala.org/rusa/guidelines/definitionsreference>.

Partendo dalle linee guida approvate dalla *Reference and User Services Association* (RUSA), il processo di reference è costituito dalle “transazioni di reference” (reference transactions), ossia consulenze informative che mirano al soddisfacimento di specifiche necessità informative dell’utente.

Proseguendo nella lettura di queste linee guida, viene quindi definito il lavoro di reference:

Reference Work includes reference transactions and other activities that involve the creation, management, and assessment of information or research resources, tools, and services. [...]

- Creation and management of information resources includes the development and maintenance of research collections, research guides, catalogs, databases, web sites, search engines, etc., that patrons can use independently, in-house or remotely, to satisfy their information needs.
- Assessment activities include the measurement and evaluation of reference work, resources, and services⁵⁹.

L’evento che determina l’avvio del processo di reference è la domanda che esprime una necessità dell’utente, il quale arriva in biblioteca con un’esplicita richiesta di assistenza da porre al bibliotecario. Ci sono varie forme di domande a cui il bibliotecario può trovarsi a dover fronteggiare e tra le categorizzate più conosciute figura quella proposta da William A. Katz, che divide le possibili domande in quattro tipologie per livelli di crescente complessità e di competenza e tempo di lavoro richiesto al bibliotecario di servizio⁶⁰.

- **Domande di orientamento** (di localizzazione o direzionali). Per rispondere, al bibliotecario basta la conoscenza diretta della struttura e il tempo richiesto è minimo. Queste domande elementari, possono riguardare l’ubicazione degli spazi, uffici, servizi della biblioteca, di cataloghi, di apparecchiature, ma anche le procedure di lavoro seguite in quella biblioteca⁶¹.

⁵⁹ *Ibidem*.

⁶⁰ W. A. KATZ, *Introduction to reference work*, 4 ed., McGraw-Hill, New York, 1982, pp. 10-15.

⁶¹ L. FERRO, *Il servizio informazioni ai lettori: problemi e strumenti*, in M. BELLOTTI (a cura di), *La biblioteca pubblica. Manuale ad uso del bibliotecario*, nuova ed. rifatta, Unicopli, Milano, 1985, p. 79.

- **Domande a risposta pronta** (*ready/quick reference*). Possono essere distinte in risposte di carattere bibliografico e risposte fattuali, richiedono una risposta rapida, raggiungibile in pochi minuti consultando al posto dell'utente le opere di consultazione generale oppure indirizzandolo direttamente alle opere di consultazione più appropriate. Di carattere bibliografico forniscono informazioni su un autore, titolo, luogo di pubblicazione, editore e collazione; o il completamento di questi dati; o la loro verifica. Le fattuali invece forniscono informazioni su di un fatto preciso, evento, una persona, come la data di nascita di un personaggio, la popolazione di una città. Risposte, anche queste, ottenibili in pochi minuti esaminando le opere di consultazione più appropriate⁶².
- **Domande a obiettivo individuato** (*specific search*). Per rispondere a domande di questo tipo si deve condurre una ricerca a fasi multiple, procedendo innanzitutto con l'individuazione delle fonti che possono contenere le informazioni cercate, attraverso i cataloghi o le bibliografie, per poi da esse estrarre quanto interessa all'utente. Anche questo tipo di domande possono essere distinte in bibliografiche o fattuali a seconda della natura dell'informazione finale cercata⁶³.
- **Ricerche specialistiche**. Questo tipo di ricerche impongono al bibliotecario approfondimenti tali, da richiedere a volte giorni e anche settimane per sfociare spesso a delle vere e proprie bibliografie⁶⁴, di rado si concludono con risposte esclusivamente fattuali⁶⁵.

Una quinta tipologia di domanda viene elaborata da Aurelio Aghemo:

- **Richiesta di consulenza**. Si tratta di una sintesi delle tipologie di domanda precedenti, per offrire all'utente quanto è di suo interesse, il problema deve essere affrontato da tutti i punti precedentemente elencati:

⁶² A. AGHEMO, *op. cit.*, p. 100.

⁶³ L. FERRO, *op.cit.*, pp. 79-80.

⁶⁴ L. FERRO, *op.cit.*, p. 80.

⁶⁵ R. RIDI, *I concetti fondamentali del servizio di reference*, cit., p. 18.

dall'orientamento, ai servizi della biblioteca, alla localizzazione del materiale e delle raccolte all'interno e all'esterno dell'istituto, dall'individuazione delle opere necessarie per impostare e proseguire la ricerca alle notizie su fatti, dati e personaggi necessari per inquadrare l'argomento⁶⁶.

Un'altra classificazione dei quesiti venne proposta da Ranganathan, secondo cui un lettore si rivolge al catalogo per uno di questi tre scopi:

- sapere se la biblioteca possiede uno specifico libro, di cui possiede qualche dato sporadico come il nome dell'autore o della collana ecc.;
- sapere di quali libri in uno specifico soggetto è fornita la biblioteca, di cui è in grado di dare dei dati precisi;
- sapere quali libri la biblioteca possiede nell'ambito del suo interesse, che è in grado di indicare soltanto in modo vago nominando qualche soggetto di estensione più generica rispetto a quella del soggetto di suo interesse⁶⁷.

Per rispondere a tali esigenze ciascuna biblioteca può predisporre una serie di servizi informativi, fra cui:

- **Ufficio informazioni.** Un punto di prima accoglienza e orientamento dell'utente. Alcune volte coincide con la portineria, altre col personale che si occupa del controllo entrata/uscita. Vi si soddisfano le domande direzionali e, qualora la postazione fosse dotata di un computer collegato all'OPAC, alcune di quelle a risposta pronta, soprattutto quelle relative al catalogo della biblioteca.
- **Reference desk.** La classica postazione di lavoro del *reference librarian* di scuola anglosassone, soddisfa le domande a risposta pronta e quelle a obiettivo individuato, può fornire in certi casi anche risposte specialistiche o di consulenza. In taluni casi risponde anche a domande direzionali.

⁶⁶ A. AGHEMO, *op. cit.*, p. 101.

⁶⁷ C. BIANCHINI, *op.cit.*, p. 12.

- **Educazione dell'utenza.** Attraverso corsi, lezioni, brochure o audiovisivi si cerca di insegnare agli utenti l'insieme di attività volte a saper localizzare, valutare e utilizzare in maniera efficace l'informazione necessaria (*information literacy*), in uno specifico ambito bibliografico e documentario (*bibliographic literacy*) e nella singola biblioteca (*library instruction*).
- **Servizio di ricerche bibliografiche.** È un servizio attivo soprattutto nei centri di documentazione, nelle biblioteche specializzate, specialistiche o aziendali, che offre assistenza su un definito argomento predisponendo una bibliografia aggiornata, rassegne stampa o accesso a banche dati⁶⁸.

È in questo livello del servizio informativo che la biblioteca, nel rispondere alle domande di chi le si rivolge per soddisfare le proprie esigenze, fissa con chiarezza la propria filosofia di servizio e il grado di assistenza su cui devono attestarsi di norma i servizi informativi offerti per evitare così disparità nel trattamento dell'utenza. Si tratta, in altri termini, di stabilire quali tipi di domande soddisfare e con quale livello di approfondimento⁶⁹. Le tre filosofie di servizio, individuate da Wyer e riprese poi da Rothstein, sono:

- Conservatore (o minimo): modello che prevede l'istruzione dell'utente sull'uso degli strumenti informativi
- Liberale (o massimo): modello che prevede l'utilizzo di tutti i mezzi a disposizione del bibliotecario nella ricerca dell'informazione e offre un'assistenza intensiva all'utente.
- Moderato (o medio): modello che si basa sull'uso di uno dei modelli precedenti, ma bilancia le risorse bibliotecarie disponibili con un'attenta valutazione sia delle esigenze di ricerca dell'utenza, sia delle capacità di quest'ultima di procedere in modo autonomo⁷⁰.

⁶⁸ R. RIDI, *I concetti fondamentali del servizio di reference*, cit., p. 19.

⁶⁹ *Ibidem*.

⁷⁰ *Ivi*, p. 20.

1.3 Aspetti etici del servizio

Non c'è dubbio che per svolgere le attività volte alla personalizzazione del servizio, il bibliotecario di reference deve avere requisiti professionali di alto profilo, ma è fondamentale anche la componente umana. Se l'attività professionale è l'esercizio consapevole di un potere i cui effetti si riflettono su altri soggetti, la dimensione etica è intrinseca, in quanto tipicamente umana. In questa dimensione rientrano le riflessioni sulla qualità delle proprie prestazioni ma anche il porsi interrogativi morali che spaziano dalle domande sul senso e sul valore della propria attività, alle domande su come agire in condizioni problematiche e moralmente conflittuali⁷¹. La figura del bibliotecario ha il dovere di impegnarsi nel fornire agli utenti servizi imparziali ed equi, con la promessa di riservatezza e protezione della libertà intellettuale⁷².

I “codici deontologici” o “codici di comportamento” rappresentano da questo punto di vista una sorta di normativa a carattere giuridico-amministrativa piuttosto che prettamente morale⁷³. La deontologia professionale infatti, tenta di dare una serie di principi generali che riescano a toccare tutte le professioni e di fornir loro un metodo di comportamento da adottare come stile, evitando che questo si limiti ad un “elenco di doveri”, ma bensì come scritti su carta e interiorizzabili senza necessariamente seguirli, con la giusta dose di convinzione necessaria a renderli veri e propri punti di riferimento⁷⁴.

Nello specifico della deontologia professionale bibliotecaria oltre ai valori comuni alla maggior parte delle professioni come i doveri di lealtà e collaborazione rispetto ai propri colleghi o al loro status professionale, ne fanno parte valori specifici che a loro volta

⁷¹ A. DA RE, *Vita professionale ed etica*, in S. SEMPLICI (a cura di), *Il mercato giusto e l'etica della società civile*, Vita e Pensiero, Milano, 2005, p. 98.

⁷² L. LUO, *Ethical Issues in Reference: An In-Depth View from the Librarians Perspective*, in «For your enrichment», LX, 2016, fasc. 3, p. 189.

⁷³ R. RIDI, *Etica bibliotecaria*, cit. p. 18.

⁷⁴ M. GUERRINI, *Valori e identità della biblioteca pubblica*, cit., p. 111.

costituiscono un sottoinsieme: è il caso dell'etica dell'informazione e dell'etica dell'informatica⁷⁵.

Come spiega Angela Ecklund in riferimento agli “obblighi etici”, ci si aspetta che i bibliotecari di riferimento «mantengano i più alti standard possibili di diligenza e condotta etica sotto vincoli di tempo che spesso richiedono compromessi⁷⁶». Il servizio deve essere garantito indistintamente a ogni utente ammesso in biblioteca senza discriminazione alcuna; una volta entrato in biblioteca ogni utente ha il diritto di usare ogni servizio offerto dalla stessa o porre qualsiasi domanda al bibliotecario, purché ovviamente non violi leggi o regolamenti e rimanga nei parametri della legge⁷⁷. Il rapporto di fiducia che si instaurerà tra bibliotecario e utente, andrà a formarsi da sé in base alla riservatezza nel trattare le varie richieste.

Data l'ampia gamma di situazioni che i bibliotecari di riferimento incontrano, è anche fondamentale per loro diventare *ethics literate* ed essere dotati delle conoscenze e delle abilità necessarie per risolvere in modo efficiente ed efficace i problemi legati a questo aspetto della professione⁷⁸. Quando si affrontano dubbi al riguardo, i bibliotecari si consultano principalmente con i loro superiori e colleghi per cercare consiglio, in modo che possano aiutarsi a vicenda nella risoluzione di situazioni più complicate: è dunque fondamentale stabilire un codice etico da seguire all'interno della biblioteca⁷⁹.

Declinando i principi etici dell'ambito bibliotecario, ne distinguiamo due sottoinsiemi: dell'informazione e dell'informatica. L'etica dell'informazione si occupa di chi e come, possa e debba avere accesso e fruire, produrre e diffondere, organizzare e proteggere informazioni e documenti; si propone come un'etica che si occupa e include in sé la privacy, la libertà intellettuale, l'equo accesso alle informazioni, l'accuratezza e la protezione dei dati sia in ambito tradizionale che digitale. L'etica dell'informatica invece, oltre ad includere i temi dell'etica dell'informazione ma in ambito digitale, tratta gli aspetti etici del dialogo fra esseri umani e macchine, il divario digitale e la responsabilità sociale

⁷⁵ R. RIDI, *Etica bibliotecaria*, cit. p. 41.

⁷⁶ A. ECKLUND, *Ethics in Reference*, in K. A. CASSELL, U. HIREMATH (edited by) *Reference and Information Services: An Introduction*, Neal-Schuman, Chicago, 2013, p. 371.

⁷⁷ A. AGHEMO, *op. cit.*, pp. 132-133.

⁷⁸ L. LUO, *op. cit.*, pp. 196-197.

⁷⁹ *Ibidem*.

di coloro che progettano e producono i software e gli hardware, elementi a cui dare sempre più importanza perché di estrema attualità e di cui difficilmente si potrà prescindere⁸⁰.

Molte associazioni professionali di bibliotecari hanno promulgato, nel corso degli ultimi tre quarti di secolo, codici deontologici ai fini di costituire la base di un comportamento eticamente coerente all'interno delle biblioteche. La prima associazione professionale di bibliotecari ad adottarne uno è stata l'*American library association* (ALA), la più antica del mondo (fondata nel 1876), dotata di un *code of ethics* del 1939. In Italia si è ottenuto solo di recente un interesse per il codice deontologico nel settore, con l'approvazione dall'Associazione italiana biblioteche (AIB) avvenuta il 30 ottobre 1997 (67 anni dopo la sua fondazione)⁸¹. L'ultima revisione al codice adottato a livello nazionale è stata approvata il 12 maggio 2014 dall'organo esecutivo dell'AIB, il Comitato esecutivo nazionale (CEN), che, sotto gli impulsi generati dalla pubblicazione del *Code of ethics* dell'IFLA, aveva affidato l'anno precedente a un gruppo di lavoro il compito di revisionare il codice deontologico del 1997⁸².

Il codice deontologico dell'AIB, è strutturato in tre sezioni dedicate rispettivamente ai doveri dei bibliotecari nei confronti degli utenti, ai doveri verso i documenti e a quelli nei confronti della professione. Una quarta sezione, funge da preambolo sotto il numero "0".

A livello internazionale fu un gruppo di lavoro appartenente alla FAIFE *Committee on freedom of access to information and freedom of expression*, sezione interna dell'IFLA, *International federation of library associations and institutions*, a lavorare all'*IFLA Code of ethics for librarians and other information workers*, il codice etico IFLA, il primo codice deontologico indirizzato a tutti i bibliotecari del mondo⁸³. Il gruppo era composto da cinque membri provenienti da cinque Paesi diversi e iniziò il suo biennio di lavoro

⁸⁰ R. RIDI, *Etica bibliotecaria*, cit. pp. 41-44.

⁸¹ *Ivi*, p. 46.

⁸² AIB, *Gruppo di lavoro sulla revisione del Codice deontologico*, in «AIB-WEB», novembre 2013, ultimo aggiornamento il 26 febbraio 2016, a cura di Riccardo Ridi, <https://www.aib.it/struttura/commissioni-e-gruppi/non-piu-attivi/gdeont>.

⁸³ R. RIDI, *Il codice deontologico dell'IFLA (e quello dell'AIB): un commento al codice internazionale appena promulgato e una proposta di aggiornamento di quello italiano*, in «Biblioteche oggi», XXX, 2012, vol.8, p. 5, consultato 2019-11-12, <http://www.bibliotecheoggi.it/pdf.php?filepdf=20120800501.pdf>

nell'estate 2010, concludendo l'iter con la versione accettata nell'agosto 2012 dall'organo dirigenziale dell'IFLA⁸⁴.

Il *Code of ethics for librarians and other information workers* dell'IFLA si articola in sei principi:

1. Access to information;
2. Responsibilities towards individuals and society;
3. Privacy, secrecy and transparency;
4. Open access and intellectual property;
5. Neutrality, personal integrity and professional skills;
6. Colleague and employer/employee relationship⁸⁵.

Il problema dell'etica della professione bibliotecaria può essere affrontato in primo luogo analizzando i vari codici deontologici emanati da oltre 60 paesi, oltre a quello dell'IFLA. Dall'analisi fatta da Riccardo Ridi i cinque valori fondamentali per la deontologia professionale dei bibliotecari ordinati per contenuto, importanza e diffusione sono⁸⁶:

1. la libertà intellettuale;
2. il diritto alla riservatezza;
3. la professionalità;
4. la proprietà intellettuale;
5. la responsabilità sociale.

La libertà intellettuale può essere a sua volta scomposta in due diritti collegati tra loro: quello di poter esprimere pubblicamente e in modo libero le proprie idee ed opinioni e quello che consente di accedere senza discriminazioni alle opinioni altrui se non,

⁸⁴ IFLA, *Professional Codes of Ethics for Librarians*, 2016, ultimo aggiornamento il 14 marzo 2016, <http://www.ifla.org/faiife/professional-codes-of-ethics-for-librarians#iflacodeofethics>.

⁸⁵ R. RIDI, *Il codice deontologico dell'IFLA (e quello dell'AIB)*, cit., p. 5, consultato 2019-11-13.

⁸⁶ *Ibidem*.

ipoteticamente, a tutte le informazioni disponibili pubblicamente. A questo primo valore si accostano una serie di condizioni affinché questo si realizzi appieno: libertà di pensiero e di espressione, libertà di accesso equo e universale alle informazioni, accessibilità ai contenuti informativi, diffusione dell'alfabetismo, riduzione o scomparsa di quello che si definisce divario digitale, conservazione e integrità dei documenti e delle informazioni, tutela della privacy, tutela della proprietà intellettuale, riduzione o scomparsa di ogni forma di censura⁸⁷.

Il diritto alla riservatezza, rimanendo nella sfera strettamente biblioteconomica, tende a rafforzare il libero accesso all'informazione cercando di evitare il rilevarsi di episodi di ritorsione o discriminazione a causa degli interessi informativi scoperti appartenenti agli utenti⁸⁸. Dal punto di vista etico tutti i dati personali vanno trattati con cautela perché a ciascuno di essi può essere attribuito un valore e un peso differente a seconda della persona, o della società e cultura di appartenenza⁸⁹.

La professionalità, racchiude in sé molteplici valori che i bibliotecari devono rispettare nei loro rapporti con gli utenti, con i documenti e con i propri colleghi: neutralità, integrità, competenza, aggiornamento, accuratezza, cortesia, lealtà, assenza di conflitti di interesse e di sprechi⁹⁰.

La proprietà intellettuale, intesa in Italia come “diritto d'autore”, riguarda la tutela concessa ai creatori di opere scientifiche, letterarie o artistiche. Può essere scomposta a sua volta in tre livelli: quello dei diritti patrimoniali, quello dei diritti non patrimoniali e infine il livello delle eccezioni culturali⁹¹. I diritti patrimoniali, o economici, spettano all'autore e riguardano l'utilizzo da parte di terzi dei frutti della sua invenzione intellettuale assicurando all'autore i benefici patrimoniali derivanti dall'uso dell'opera o da parti di essa; hanno dei parametri di utilizzo quali, tempo limitato, ereditabilità e possibilità di essere ceduti. I diritti non patrimoniali, o morali, tutelano quel legame che esiste tra l'autore e la sua opera, sono rivolti all'integrità dello stato dei contenuti intellettuali e della loro corretta

⁸⁷ R. RIDI, *Etica bibliotecaria*, cit. pp. 75-78.

⁸⁸ R. RIDI, *Deontologia professionale*, AIB, Milano, 2015, pp. 27-28.

⁸⁹ R. RIDI, *Etica bibliotecaria*, cit. p. 85.

⁹⁰ R. RIDI, *Il codice deontologico dell'IFLA (e quello dell'AIB)*, cit., pp. 5-6, consultato 2019-11-13

⁹¹ R. RIDI, *Deontologia professionale*, cit., p. 42.

attribuzione al creatore; essi sono cedibili, ereditari ed inestinguibili⁹². Con eccezioni culturali invece, si intendono quegli ambiti di proprietà intellettuale che per fini sociali, culturali, di ricerca o didattici sono previsti come “utilizzazioni libere”, ossia non a scopo di lucro ma per il bene collettivo⁹³.

1.4 Il rapporto con l'utente e l'intervista di reference

Per ottenere le informazioni utili a capire i reali bisogni dell'utente, il bibliotecario deve instaurare un rapporto di fiducia, ha bisogno di far crollare le barriere umane insite nella comunicazione e far così in modo che la richiesta da parte dell'utente sia quella che appare; questo momento si scioglie con l'intervista (*Reference interview*), un dialogo che può avvenire sia in biblioteca (*face to face*), sia tramite telefono o online, tra il bibliotecario e l'utente volto a instaurare un vero e proprio rapporto comunicativo con l'obiettivo di soddisfare l'utente⁹⁴.

Su come si sviluppi questo processo, i manuali di biblioteconomia fanno spesso riferimento a un contributo del 1968 di Robert Taylor⁹⁵, secondo cui il problema è riuscire a capire cosa un utente sta cercando senza esserne in grado di descriverlo in maniera corretta. Taylor al riguardo elabora quattro livelli di bisogni informativi:

- bisogno istintivo;
- bisogno conscio;
- bisogno formalizzato;
- bisogno mediato.

Questi livelli rappresentano lo sviluppo progressivo della consapevolezza dell'utente ed è fondamentale per il bibliotecario capire in quale di questi si trova il soggetto che ha

⁹² Ivi, p. 43.

⁹³ R. RIDI, *Etica bibliotecaria*, cit. p. 100.

⁹⁴ C. LEONARDI, *op.cit.*, pp. 40-41.

⁹⁵ R. S. TAYLOR, *Questions-negotiation and information seeking in libraries*, in «College and research libraries», XXIX, 1968, vol. 3, pp. 178-194.

davanti, così da poterne interpretare il comportamento e capire come rapportarsi rispetto alla richiesta⁹⁶.

Durante l'intervista che il bibliotecario fa all'utente, i quattro livelli individuati da Taylor vengono combinati a cinque “filtri” in modo il bibliotecario possa individuare il tipo di ricerca da svolgere:

- determinazione dell'argomento;
- obiettivo e motivazioni di chi pone la questione;
- caratteristiche personali di chi pone la questione;
- rapporto tra la formulazione della domanda e l'organizzazione delle fonti;
- risposte previste o accettabili⁹⁷.

Durante l'intervista, è necessario anche conoscere il *background* dell'utente: il primo problema che scaturisce è infatti capire che tipo di persona si ha davanti, capirne il comportamento e i fattori influenti come età, sesso, etnia, istruzione e così via. Il bibliotecario dovrà cogliere durante l'intervista il carattere della persona che ha di fronte per mezzo dei vari segnali scaturiti in particolare dal rapporto che andrà a crearsi fra i due⁹⁸.

I tentativi di adattare al lavoro di reference concetti psicologici e sociologici desunti da tali studi sono nati dalla convinzione che due esseri umani non sordi che si parlano, utilizzando lo stesso strumento linguistico, non sempre si capiscono: infatti non solo ciò che si dice, ma anche il modo in cui lo si dice acquista un significato per chi ascolta⁹⁹.

Altro elemento di fondamentale importanza è il fattore tempo, sia in relazione all'utente che oltre al bisogno di ottenere un'informazione ha la necessità di averla in un esatto momento, sia in relazione al bibliotecario di servizio che deve valutare il tempo

⁹⁶ A. AGHEMO, *op. cit.*, p. 111.

⁹⁷ L. FERRO, *op. cit.*, pp. 77-110.

⁹⁸ A. AGHEMO, *op. cit.*, pp. 113-117.

⁹⁹ C. LEONARDI, *op. cit.*, pp. 41-42.

necessario, possibile ed opportuno da dedicare a ciascuna ricerca con ragionevolezza ed equilibrio¹⁰⁰.

¹⁰⁰ L. FERRO, *op.cit.*, pp. 93-94.

CAPITOLO 2

IL REFERENCE DIGITALE

2.1 Il Reference digitale

Abbiamo visto come la teorizzazione del servizio di reference, a partire da Samuel Green nel 1876, comprenda tutte quelle attività, dirette e indirette, che il personale addetto ai servizi di informazione al pubblico svolge per consentire agli utenti di soddisfare un bisogno informativo¹⁰¹. Negli ultimi decenni, il servizio ha potuto evolvere insieme con il progredire incessante di tutte le tecnologie di informazione e telecomunicazione, ma anche digitalizzazione e diffusione in rete. In questo scenario è stato essenziale padroneggiare le tecnologie necessarie per guidare gli utenti all'accesso alle risorse elettroniche, oltre che sviluppare software per soddisfare le richieste degli utenti da remoto, come la predisposizione di siti web, i servizi di posta elettronica, ma anche corsi introduttivi alle risorse digitali¹⁰². La grande sfida a cui le biblioteche fanno fronte in questa fase è la “virtualizzazione” del reference service, ossia sapersi adeguare alle esigenze degli utenti misurandosi con le nuove tecnologie che, oltre a rendere l'informazione più facilmente accessibile, richiedono anche costante aggiornamento, flessibilità e ampliamento delle tradizionali mansioni¹⁰³. Con l'incorporamento di nuove tecnologie nei loro servizi, le biblioteche hanno rafforzato i mezzi di comunicazione, avvicinando gli utenti remoti e supportando le loro esigenze di informazione, segnando così il passaggio dal servizio di reference tradizionale *face to face* a quello virtuale¹⁰⁴.

¹⁰¹ S. S. GREEN, *Personal relations between librarians and readers*, cit., pp. 74-81.

¹⁰² D. ZAGO, *Il reference digitale in biblioteca*, in «Biblotime», X, 2007, vol. 3.
<http://www.aib.it/aib/sezioni/emr/bibtime/num-x-3/zago.htm>

¹⁰³ *Ibidem*.

¹⁰⁴ G. CHOWDHURY, S. MARGARITI, *Digital reference services: a snapshot of the current practices in Scottish libraries*, in «Library Review», LIII, 1, 2004, pp. 50-60, consultato 2019-11-23,
<https://strathprints.strath.ac.uk/2612/1/strathprints002612.pdf>

Per quanto riguarda la terminologia, consultando la bibliografia sull'argomento si nota come il servizio di reference offerto attraverso piattaforme digitali venga definito "virtuale" o "digitale" ma anche "e-reference", "internet information services" e così via. Consultando le "*Guidelines for Implementing and Maintaining Virtual Reference Services*" della RUSA il termine utilizzato è "virtuale":

Virtual reference is reference service initiated electronically for which patrons employ technology to communicate with public services staff without being physically present. Communication channels used frequently in virtual reference include chat, videoconferencing, Voice-over-IP, co-browsing, e-mail, instant messaging, and text.¹⁰⁵

L'IFLA invece nelle "*Linee guida per il servizio di digital reference*", utilizza il termine "digitale", specificando però nell'introduzione al lavoro che:

I termini "virtual reference", "digital reference", "e-reference", "Internet information services", "live reference", "real-time reference" vengono usati in modo intercambiabile per descrivere servizi di reference che utilizzano la rete e il computer in vario modo...¹⁰⁶

Non c'è dunque una terminologia univoca e stabile: i termini "digitale" e "virtuale" sono applicati indistintamente al servizio condotto dalla biblioteca tramite internet, tramite l'e-mail, le chat o gli sms, con l'obiettivo di fornire assistenza agli utenti fisicamente lontani nella ricerca di informazioni, nel fornire risposte alle loro domande e soddisfare le loro esigenze¹⁰⁷.

¹⁰⁵ RUSA, *Guidelines for Implementing and Maintaining Virtual Reference Services*, originally prepared by the MARS Digital Reference Guidelines Ad Hoc Committee, Chicago, American Library Association, approved by RUSA Board June 13, 2017, consultato 2019-11-23, <http://www.ala.org/rusa/resources/guidelines/virtrefguidelines>.

¹⁰⁶ IFLA, *Linee guida per il servizio di digital reference (IFLA Digital Reference Guidelines)*, Sezione Reference Work (Reference Work Section), July 2004, consultato 2019-11-23, <https://www.ifla.org/publications/ifla-digital-reference-guidelines>.

¹⁰⁷ R. RIDI, *Biblioteche & formazione online*, in «Working Papers in Library and Information Science», VII, 2009, pp. 11-12.

La nascita del reference digitale è cronologicamente appena successiva all'invenzione di internet che può essere considerata la sua forza motrice: successivamente si ebbe una prima manifestazione di servizio comunicativo digitale attraverso l'uso dell'e-mail, e durante i primi anni del World Wide Web le biblioteche che disponevano di un sito internet offrivano di norma la possibilità di lasciare un *Website Feedback* che offriva di fatto un contatto con gli utenti da remoto, i quali iniziarono a porre domande di reference¹⁰⁸. Nel tempo l'evoluzione del servizio è avvenuta in maniera naturale, con l'aggiunta di altri servizi come la chat istantanea, gli sms, o software come Skype¹⁰⁹.

Le componenti essenziali del servizio di reference digitale possono essere individuate in:

- i contenuti, documenti elettronici o stampati
- i servizi
- i bibliotecari addetti al reference
- l'utente, la persona o le persone a cui la biblioteca si rivolge¹¹⁰.

Per poter arrivare al *Virtual Reference Service*, o VRS, è necessario che la biblioteca disponga di un buon *Virtual Reference Desk*, o VRD, un servizio indiretto in assenza del contatto personale tra bibliotecario e utente, utile per poter esercitare il servizio di reference diretto; il VRD è distinguibile in un primo livello, VRD-1, ossia la predisposizione di un software online dove l'utente possa avviare autonomamente la propria ricerca, e un secondo livello, VRD-2, la creazione di software online con la possibilità di personalizzare la ricerca da parte dell'utente; questo tipo di servizio, è da considerarsi come un primo livello di reference virtuale, seppur indiretto¹¹¹. A questo punto, sarà possibile predisporre un *Virtual Reference Service*, che permette quindi

¹⁰⁸ S. J. BECK, *The real reference revolution, The digital library user*, in K. E. ANDERSON, V. B. CVETKOVIC (edited by), *Reinventing Reference*, cit., p. 34.

¹⁰⁹ *Ibidem*.

¹¹⁰ A. M. TAMMARO, A. SALARELLI, *La biblioteca digitale*, editrice bibliografica, Milano, 2006, p. 134.

¹¹¹ R. RIDI, *Biblioteche & formazione online*, cit., pp. 11-12.

l'interazione diretta tra bibliotecario e utente da remoto. Il VRS può essere diviso in due livelli:

- Asincrono, che prevede una risposta non istantanea alla domanda degli utenti, comprende:
 - E-mail
 - Modulo web (*Web Form*)
 - *Ask a librarian*
 - *Pathfinder* online, *topic guides*

- Sincrono, che prevede un'interazione in tempo reale tra bibliotecario e utente, può prevedere:
 - Chat
 - Video conferenza o Web-cam services
 - Digital reference Robot¹¹²

Sebbene il termine *virtual reference service* sia stato nel tempo attribuito ad entrambi i livelli del servizio, è più comunemente associato alla comunicazione sincrona via internet.¹¹³

Le considerazioni tra vantaggi e svantaggi delle diverse tipologie di servizio che emergono da articoli e bibliografie sull'argomento sono diverse: il servizio attraverso l'email ha limitato gli utenti dai limiti imposti da tempo o posizione, permettendogli di scrivere alla biblioteca in qualsiasi momento purché dispongano di una connessione a internet. Trattandosi di una comunicazione asincrona i vantaggi per il bibliotecario sono sicuramente dovuti alla gestione del tempo nella formulazione della risposta che avverrà

¹¹² L. LUO, *Models of Reference Services*, in L. C. SMITH and M. A. WONG, *Reference and information services, an introduction*, Santa Barbara, Libraries Unlimited, 2016, pp. 162-168.

¹¹³ M. XIANGMING, A. DIMITROFF, J. JORDAN, N. BURCLAFF, *A Survey and Empirical Study of Virtual Reference Service in Academic Libraries*, in «The Journal of Academic Librarianship», XXXVII, vol. 2, 2011, p. 120.

non appena possibile e senza limiti di tempo necessariamente ristretti, oltre che con il giusto livello di approfondimento¹¹⁴.

Per quanto riguarda invece i servizi sincroni, essi hanno uno dei principali vantaggi nel fatto che gli utenti generalmente prediligono avere una risposta immediata alle loro domande, un servizio veloce e diretto che si avvicini il più possibile al *face to face*¹¹⁵. Rispetto alla comunicazione asincrona permette al bibliotecario di condurre anche un'intervista di reference, con brevi messaggi che possano dare un'idea migliore di ciò che viene richiesto e anche della tipologia di utente, con la possibilità inoltre di poter salvare la conversazione per possibili reference futuri¹¹⁶. Gli aspetti negativi consistono invece nel fatto che un servizio sincrono prevede una gestione del tempo impeccabile da parte del bibliotecario, che dovrà gestire anche più richieste alla volta ponderando al meglio il tempo che ha a disposizione per soddisfarle tutte al meglio¹¹⁷. È infatti molto più dispendioso in termini di durata rispetto alla normale comunicazione vocale perché sarà essenziale digitare tutto il necessario per poter essere chiari nella spiegazione, confidando nella pazienza dell'utente che spesso non si rende conto della mole di lavoro data al bibliotecario¹¹⁸. I problemi legati ai limiti tecnologici dei software, persistenti durante i primi anni di reference attraverso piattaforme online, sembra siano diminuiti, permettendo a piattaforme come Skype di guadagnare grande popolarità come strumento di chat, comunicazione vocale e video¹¹⁹.

Presupposto che i fini del reference rimangono invariati sia che si tratti di metodo virtuale o di metodo tradizionale, non si sa molto sulla differenza di qualità ed efficacia dell'uno rispetto all'altro servizio poiché non esistono strumenti di valutazione che diano

¹¹⁴ L. LUO, *Models of Reference Services*, cit., p. 163.

¹¹⁵ S. Q. YANG, L. LILI, *Emerging technologies librarian, A practical approach to innovation*, Amsterdam [etc.], Chandos publishing, 2016, pp. 137-138.

¹¹⁶ T. BAKKER, *Virtual Reference Services: Connecting Users with Experts and Supporting the Development of Skills*, in «LIBER Quarterly», XII, vol. 2-3, 2002, pp. 127-128.

¹¹⁷ N. W. SOSULKI, *Serving the "Somewhere out there" patron: The view from the digital cooperativereference desk*, in D. A. TYCKOSON AND J. G. DOVE, *Reimagining Reference in the 21st Century*, Indiana, Purdue university press, 2015, pp. 238-239.

¹¹⁸ T. BAKKER, *Virtual Reference Services*, cit., pp. 127-128.

¹¹⁹ L. LUO, *Models of Reference Services*, cit., p. 169.

risposte immediate, tuttavia possiamo farci un'idea sulla qualità del servizio di reference virtuale attraverso diversi studi quantitativi e qualitativi che hanno cercato di dare risposte in merito, e in particolar modo sul servizio di live chat, basati sull'analisi di conversazioni di reference avvenute online¹²⁰. Un imponente studio in merito, analizzando transazioni avvenute nel corso di diversi anni, è stato portato avanti dalla *Online Computer Library Center* con l'obiettivo di «*distill several years' and several hundred pages' worth of work into a few very specific, easily digestible, actionable suggestions for how you can sustain and develop your VR services and systems*¹²¹», da cui è emerso che gli utenti apprezzano le risposte rapide e mirate che ricevono dai bibliotecari ma anche la comodità del servizio, intesa come servizio vantaggioso. Al contrario, molti altri segnalano problemi con bibliotecari scontenti e con scarse capacità comunicative¹²².

2.1.1 Il ruolo del bibliotecario nel Virtual Reference Service

Il reference all'interno delle biblioteche è rimasto essenzialmente invariato a partire 1876, ma con la sua virtualizzazione e l'avanzare delle nuove tecnologie avvenuta negli ultimi decenni, è stato necessario che le competenze del bibliotecario si adattassero alle nuove tendenze tecnologiche e ai nuovi strumenti di informazione¹²³. Mentre i bibliotecari ai tempi in cui Green presentava "*Personal relations between librarians and readers*"¹²⁴ avevano essenzialmente a disposizione solo libri, periodici e repertori cartacei, oggi per rispondere a una domanda di reference essi consultano quasi sempre un computer anziché

¹²⁰ S. Q. YANG, L. LILI, *Emerging technologies librarian*, cit., p. 139.

¹²¹ L. S. CONNAWAY, M. L. RADFORD, *Seeking Synchronicity: Revelations and Recommendations for Virtual Reference*, OCLC Research, Dublino, 2011, p. 2.
<https://www.oclc.org/content/dam/oclc/reports/synchronicity/full.pdf>

¹²² *Ivi*, pp. 30-31.

¹²³ L. SANDERS, L. ROZAKLIS, E. G. ABELS, *Repositioning reference: New methods and new services for a new age*, London, Rowman & Littlefield, 2015, p. 49.

¹²⁴ S. S. GREEN, *op.cit.*.

un catalogo cartaceo e si trovano a esaminare svariate risorse¹²⁵; con l'avanzare delle tecnologie e dei servizi il lavoro e le responsabilità dei bibliotecari non sono più confinati da una funzione specifica, ma al contrario sono multifunzionali, necessitano quindi di competenze che attingano da più aree, identificabili nella tecnologia e nelle competenze trasversali¹²⁶.

Nelle *hard skills*¹²⁷, oltre alle competenze di cui si è parlato nella prima parte della tesi, l'attuale professione del bibliotecario richiede competenze tecnologiche adeguate¹²⁸, dalla conoscenza di base di una vasta gamma di hardware e software, fino alle capacità di progettazione e analisi più approfondite¹²⁹. Si intendono quelle tecnologie che nel corso degli anni hanno avuto un grosso impatto all'interno delle biblioteche e che possono essere divise in tre categorie:

- tecnologia che conserva informazioni: computer, usb, cd-rom, iPod, Tablet, Microcard ecc.
- tecnologia che riproduce informazioni: computer, Tablet, Stampanti, masterizzatori CD-R e DVR, Scanner
- tecnologia che comunica informazioni: telefono, modem, web, *wireless telecommunications*, SMS, chat, smart phone, social media¹³⁰.

Tra le *soft skills*¹³¹ invece, la comunicazione è oggi una competenza fondamentale, in particolar modo in un servizio virtuale in cui manca il *face to face* i bibliotecari di

¹²⁵ D. TYCKOSON, *History and functions of reference services*, in L. C. SMITH and M. A. WONG, *Reference and information services, an introduction*, Santa Barbara, Libraries Unlimited, 2016, pp. 10-12.

¹²⁶ L. SANDERS, L. ROZAKLIS, E. G. ABELS, *Repositioning reference*, cit., pp. 49-50.

¹²⁷ Le "*hard skills*", conosciute anche come "*skill*", identificano le abilità tecniche di una persona in relazione a un compito o una situazione specifica; coinvolgono sia la comprensione che la competenza in tale specifica attività, quindi i metodi, i processi, le procedure o le tecniche.

A. DUBRIN, *Essentials of Management*, Mason, South-Western, 2010, p. 17.

¹²⁸ S. W. KALIN, *What skills are needed for the next generation of librarians?*, in D. ZABEL, *Reference reborn: Breathing new life into public services librarianship*, Santa Barbara, Libraries unlimited, 2011, pp. 285-287.

¹²⁹ L. SANDERS, L. ROZAKLIS, E. G. ABELS, *Repositioning reference*, cit., pp. 49-50.

¹³⁰ D. TYCKOSON, *History and functions of reference services*, cit., pp. 10-12.

reference devono adattare continuamente le proprie competenze comunicative in modo adeguato ai nuovi modelli di servizio via chat, sms o email, consapevoli che ogni nuovo formato o piattaforma comporta competenze e abilità diverse, in relazione anche alla varia e diversificata tipologia di utenti¹³².

2.2 Social media

Prima di analizzare l'uso dei social media all'interno delle biblioteche è utile inquadrarne il fenomeno con una panoramica sulla loro definizione, caratteristiche ed evoluzione.

La letteratura scientifica è solita citare come origine remota dei social media la piattaforma *Usenet*, fondata da Tom Truscott e Jim Ellis nel 1979, un sistema di discussione mondiale che consentiva agli utenti di Internet di inviare messaggi pubblici¹³³, molto simile agli odierni forum online. Nel 1997 invece, si registra la nascita del primo sito riconoscibile come vero e proprio social network, "SixDegrees.com", che permetteva ai suoi utenti di creare profili, avere una lista di amici e poterci navigare reciprocamente all'interno¹³⁴. Con la successiva evoluzione di internet, la navigazione ad alta velocità e la

¹³¹ Le "soft skills" sono le competenze trasversali; si riferiscono a una vasta gamma di abilità, competenze e qualità personali che consentono alle persone di operare efficacemente nel proprio ambiente, lavorare bene con gli altri, saper comunicare e raggiungere i propri obiettivi. Queste competenze possono essere applicabili e complementari alle competenze tecniche, professionali e accademiche.

M. M. ROBLES, *Executive Perceptions of the Top 10 Soft Skills Needed in Today's Workplace*, in «Business Communication Quarterly», LXXV, vol. 4, 2012, p. 453.

¹³² S. W. KALIN, *What skills are needed for the next generation of librarians?*, cit., pp. 292-293.

¹³³ A. M. KAPLAM, M. HAENLEIN, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*, in «Business Horizons», LIII, 2010, p. 60, consultato 2019-11-28, <https://www.webatlas.it/pdf/kaplan-haenlein-users-of-the-world-unite.pdf>

¹³⁴ D. M. BOYD, N. B. ELLISON, *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, in «Journal of Computer-mediated Communication», XIII, vol. 1, 2008, pp. 211-214, consultato 2019-11-28, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

nascita di social network del calibro di Facebook o Myspace, si è giunti al conio del termine “social media”¹³⁵.

La definizione più comunemente citata per definirli è «Social media is a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content¹³⁶», definizione che dunque al suo interno include i blog, i social network e i servizi di messaggistica istantanea che rendono possibile l’interazione tra utenti.

È bene però sottolineare la distinzione dei termini Web 2.0 e *User Generated Content* (UGC) dal concetto di social media. Per Web 2.0, termine usato per la prima volta nel 2004 da Tim O’Reilly¹³⁷, si intende una piattaforma di rete in cui gli utenti contribuiscono attivamente allo sviluppo di strumenti, contenuti e comunità sul *World Wide Web*, ossia non vengono più creati e pubblicati dai singoli come avveniva nell’antecedente Web 1.0, ma possono essere continuamente modificati da tutti gli utenti in modo partecipativo e collaborativo: il Web 2.0 rappresenta la piattaforma per lo sviluppo dei social media¹³⁸. Per *User Generated Content* invece si intende l’insieme di diverse forme di contenuti multimediali a disposizione del pubblico e create dagli utenti finali (*end user*)¹³⁹, la somma di tutti i modi in cui le persone fanno uso dei social media¹⁴⁰. Per essere definito tale, deve soddisfare tre requisiti:

- deve essere pubblicato su un sito Web accessibile pubblicamente o su un social network accessibile a un gruppo distinto di persone;
- secondo, deve mostrare un certo sforzo creativo;

¹³⁵ *Ibidem*.

¹³⁶ A. M. KAPLAM, M. HAENLEIN, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*, cit., p. 61.

¹³⁷ T. O’REILLY, *What is Web 2.0. Design patterns and business models for the next generation of software*, 2005, consultato 2019-11-29, <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>.

¹³⁸ A. M. KAPLAM, M. HAENLEIN, *op. cit.*, p. 61.

¹³⁹ THACKERAY, R., NEIGER, B. L., HANSON, C. L., MCKENZIE, J. F., *Enhancing Promotional Strategies Within Social Marketing Programs: Use of Web 2.0 Social Media*. In «Health Promotion Practice», IX, vol. 4, 2008, p. 339, consultato 2019-12-03 <https://doi.org/10.1177/1524839908325335>

¹⁴⁰ A. M. KAPLAM, M. HAENLEIN, *op. cit.*, p. 61.

- deve essere stato creato al di fuori delle routine e delle pratiche professionali¹⁴¹.

Mentre il web 2.0 è il laboratorio dove vengono prodotte le idee dei social media, lo *user generated content* rappresenta l'insieme dei modi con cui gli utenti ne fanno uso.

La caratteristica principale dei social media rispetto ai media tradizionali può essere individuata invece nella creazione e diffusione dei contenuti dove tutti gli utenti hanno la possibilità di crearne di nuovi senza alcuna barriera: bastano un computer o un cellulare, purché connessi a internet.¹⁴²

Secondo l'analisi condotta da Kaplan e Haenlein, i social media possono essere suddivisi a seconda delle loro caratteristiche in sei diverse tipologie: *Blog*, *Social Networking sites*, *Virtual Social Worlds*, *Collaborative Projects*, *Content Communities*, *Virtual Game Worlds*. Queste tipologie possono essere a loro volta suddivisibili in base a quattro variabili, *social presence*, *media richness*, *self-presentation* e *self-disclosure* distinguibili in due gruppi principali¹⁴³:

- *social presence* e *media richness*: riguardano rispettivamente il tipo di contatto "multimediale" che gli utenti possono avere, il quale può essere fisico, visivo o acustico, e la quantità di informazioni che possono essere recapitate in un determinato lasso di tempo.
- *Self-presentation* e *self-disclosure*: rispettivamente il tipo di presentazione che l'utente può dare di sé attraverso il mezzo multimediale, e la quantità di informazioni personali che si possono trasmettere¹⁴⁴.

Vediamo ora nello specifico le diverse tipologie di social media individuate:

¹⁴¹ OECD, *Participative Web and User-Created Content: Web 2.0, Wikis and Social Networking*, Paris, OECD Publishing, 2007, p. 9.

¹⁴² A. CERON, L. CURINI, S. M. IACUS, *Social Media e Sentiment Analysis, l'evoluzione dei fenomeni sociali attraverso la Rete*, Milano, Springer, 2013, pp. 1-2.

¹⁴³ A. M. KAPLAN, M. HAENLEIN, *op. cit.*, pp. 61-64

¹⁴⁴ *Ibidem*.

- *Collaborative Projects*: sono siti che permettono la creazione simultanea di informazioni su un determinato argomento da parte di diversi utenti, come ad esempio Wikipedia, rappresentando in questo senso la manifestazione più democratica di *Users Generated Content*. La collaborazione in questo caso è l'elemento cardine, in quanto i risultati raggiunti attraverso la collaborazione dei vari utenti sono più efficienti rispetto a quelli raggiunti dal singolo individuo.
- *Blog*: costituiscono una delle prime forme di social media, sostituirono le tradizionali pagine web personali. Generalmente gestiti da una sola persona, offrono la possibilità di interagire con gli altri attraverso l'aggiunta di commenti, permettono un livello di interazione maggiore rispetto ai *Collaborative Projects*
- *Content Communities*: l'obiettivo principale è la condivisione di contenuti multimediali tra gli utenti di varia natura: video, foto, immagini. In questi media gli utenti solitamente trasmettono un numero limitato di informazioni personali, legate perlopiù ai contenuti che condividono. Flickr, Pinterest, Youtube e SlideShare tra gli esempi più famosi.
- *Social Networking sites*: consentono agli utenti di connettersi attraverso la registrazione di profili personali, collegarsi con altri utenti registrati e inviare mail e messaggi istantanei. Questi media si caratterizzano sicuramente per un alto livello di *self-presentation* e *self-disclosure*, al loro interno infatti è possibile includere differenti forme di informazione tra cui foto, video, file audio e blog e creare strette relazioni con gli altri utenti, come accade con Facebook e MySpace.
- *Virtual Worlds*: piattaforme che replicano un ambiente tridimensionale in cui gli utenti possono comparire sotto forma di avatar personalizzati e interagire l'un l'altro come farebbero nella vita reale. In tal senso i virtual world sono la manifestazione ultima dei social media in grado di ottenere un'elevata *social presence* e *media richness*. Le due sottocategorie individuabili al suo interno sono i *Virtual Game* e *Virtual Social*, i primi sono dei giochi di ruolo online con regole rigide e ben definite, i secondi danno una maggiore libertà agli utenti che sostanzialmente simulano una seconda vita su una piattaforma online¹⁴⁵.

¹⁴⁵ *Ibidem*.

Secondo l'indagine *Digital Report 2019* presentata dalla piattaforma *We Are Social*, che analizza annualmente dati sui social e sul web in generale, gli utenti di Internet crescono in media di oltre un milione ogni giorno, con tutti i “*Next Billion User*” definitivamente approdati all’online:

- 5,11 miliardi di utenti unici di telefonia mobile ad oggi nel mondo, in crescita di 100 milioni (2%) nell’ultimo anno.
- 4,39 miliardi di utenti internet nel 2019, con un aumento di 366 milioni (9%) rispetto a gennaio 2018.
- 3,48 miliardi di utenti dei social media nel 2019, con un totale mondiale in crescita di 288 milioni (9%) rispetto allo scorso anno.
- 3,26 miliardi di persone utilizzano i social media su dispositivi mobili nel gennaio 2019, con una crescita di 297 milioni di nuovi utenti pari ad un aumento annuo di oltre il 10%¹⁴⁶.

A livello nazionale, i social media che vengono più usati sono YouTube e Facebook con le applicazioni a loro affiliate WhatsApp, Messenger, Instagram, e a seguire con il 32% e il 29% Twitter e LinkedIn¹⁴⁷.

Siamo certamente dentro a una vera e propria rivoluzione digitale, che sta trasformando aziende, enti e comunicazioni, rendendole sempre più automatizzate e interconnesse, in continua evoluzione per la ricerca di maggiore efficienza. Grazie alle nuove tecnologie quali mobile, i Big Data, l’intelligenza artificiale e robotica, le aziende tendono al rinnovamento dei processi organizzativi e gestionali dei propri servizi: chi non è presente in rete o nei social media comunica in certo senso la propria assenza, e non essere propensi al cambiamento potrebbe voler dire non coglierne la reale potenzialità di crescita, sia che si tratti di crescita economica, ma anche crescita etica e culturale che i social media e i tutti i mezzi di comunicazione della nuova era possono offrirle¹⁴⁸.

¹⁴⁶ WE ARE SOCIAL, *Report 2019*, consultato il 2019-12-01, <https://wearesocial.com/it/blog/2019/01/digital-in-2019>

¹⁴⁷ *Ibidem*.

¹⁴⁸ V. GEMMO, D. ISARI, *Il ruolo manageriale nell'era digitale: cambiamenti in atto nelle organizzazioni e scenari futuri del ruolo manageriale*, Torino, Giappichelli, 2018, pp. 39-40.

2.3 Il dibattito sul ruolo della biblioteca oggi: la *library 2.0*

In un contesto socio-culturale come quello di oggi la biblioteca è chiamata ad affrontare nuove sfide: come cambiano il ruolo e la percezione, i fini e i mezzi della biblioteca con la diffusione di massa dei computer e di internet?

La biblioteca odierna, emerge chiaramente sempre più inserita nell'era del 2.0: la cosiddetta *library 2.0*¹⁴⁹ o biblioteca 2.0. Con questo concetto ci si riferisce all'uso del Web 2.0 nella sfera della biblioteconomia, ma come distingue Ridi è bene differenziare due accezioni di biblioteca 2.0, una intesa in senso tecnico “debole” e una intesa ideologicamente come “forte”¹⁵⁰.

Nell'accezione “debole” ci si riferisce a quelle biblioteche che si avvalgono anche dell'uso di strumenti tecnologici del Web 2.0, oltre ai tradizionali, per perseguire i propri servizi basilari e in particolar modo per l'accesso ai documenti, rimanendo fedeli agli obiettivi tradizionali, mantenendo come scopo l'erogazione di servizi centrati sui documenti e la loro fruizione, anche se aggiornati all'ambiente digitale. A subire una metamorfosi nella biblioteca 2.0 debole non sono dunque i fini, ma solamente gli strumenti attraverso cui questi vengono raggiunti, investendo le proprie risorse guardando al futuro, per potenziare e promuovere servizi sia tradizionali che innovativi, ma sempre collocati entro la sfera delle competenze che tradizionalmente appartengono ad una biblioteca¹⁵¹.

La biblioteca 2.0 in senso forte, al contrario, è una biblioteca che si allontana sostanzialmente dalle sue finalità più tradizionali, a favore di nuovi fini ed obiettivi, volti ad allargare il proprio bacino di utenza e all'apprezzamento a tutti i costi¹⁵². Questo modello, cercando di attirare anche chi in biblioteca non si è mai recato o addirittura ne ha

¹⁴⁹ Termine coniato nel settembre 2005 dal bibliotecario Michael Casey nel suo blog “*Library crunch*” ed introdotto in Italia da Bonaria Biancu nel suo blog *The geek librarian*. R. RIDI, *Library 2.0. Strumenti 2.0 nelle biblioteche pubbliche (opportunità e rischi)*, data creazione 2012-10-05, data ultimo aggiornamento 2015-12-04, <http://lettere2.unive.it/ridi/library2.htm>.

¹⁵⁰ R. RIDI, *La responsabilità sociale delle biblioteche: una connessione a doppio taglio*, in «Biblioteche oggi», XXXII, vol. 3, 2014, pp. 26-41. <http://www.bibliotecheoggi.it/rivista/article/view/81/364>.

¹⁵¹ Ivi, p. 31.

¹⁵² Ivi, pp. 31-32.

sempre ignorato l'esistenza, dà l'immagine di un luogo disposto a concedere alla propria utenza tutto ciò che desidera, organizzando attività che vanno al di fuori della propria professione e arrivando inevitabilmente a una confusione generale dei ruoli¹⁵³. Proseguendo nell'analisi di Ridi, ci propone uno schema per mostrare dove avviene la falla in questo tipo di impostazione di biblioteca:

- A) la società ha bisogno di, o comunque chiede, X;
- B) le biblioteche sono istituzioni pubbliche al servizio della società;
- C1) quindi le biblioteche devono soprattutto fornire X.

Laddove la conclusione C1) sarebbe corretta solo se le biblioteche fossero l'unica istituzione sociale (pubblica o privata) esistente e se nella sua formulazione ci fosse un "anche" al posto del "soprattutto". La vera conclusione deducibile logicamente dalle premesse A) e B) è invece:

- C2) quindi le biblioteche, insieme a tutte le altre istituzioni sociali (sia private che pubbliche) nel loro complesso, devono anche fornire X¹⁵⁴.

Ciò che il Web 2.0 ha portato con sé nella biblioteca 2.0, con un'enfasi terminologica ingiustificata ed eccessiva per un'istituzione che rispetto al Web ha secoli di storia alle spalle, durante i quali ha vissuto momenti di grandi cambiamenti senza tuttavia cambiare denominazione né tantomeno finalità¹⁵⁵. Se ad oggi la biblioteca avesse assegnato per ogni cambiamento epocale subito un nuovo appellativo, ci troveremmo ben oltre il 2.0.

A livello nazionale sono molteplici le definizioni che sono state attribuite alla biblioteca di accezione forte, tra le quali:

- La *multipurpose library*, il cui significato suggerisce ai bibliotecari che la biblioteca di oggi è il risultato di un mix, in cui ingredienti e dosi vengono definite solo da un bibliotecario consapevole e competente, in una biblioteca

¹⁵³ R. RIDI, *In equilibrio fra personalizzazione e standardizzazione. Soddisfare l'utente senza snaturare il ruolo della biblioteca*, in «Biblioteche oggi», 2006, IV, pp. 15-18, <http://www.bibliotecheoggi.it/2006/20060401501.pdf>.

¹⁵⁴ R. RIDI, *La responsabilità sociale delle biblioteche*, op. cit., p. 32.

¹⁵⁵ R. RIDI. *La biblioteca come ipertesto. Verso l'integrazione dei servizi e dei documenti*, Editrice Bibliografica, Milano, 2007, p. 256.

che risponde a qualsiasi tipo di esigenza e al cui interno convivono bisogni, utenti e servizi differenti¹⁵⁶.

- La “biblioteca fusion”, che individua ed amalgama come un alchimista, i molteplici elementi che costituiscono i diversi bisogni della società; secondo questa interpretazione, ogni biblioteca “vera” non misura il suo valore sociale dalla distanza che ha dalla biblioteca “giusta”, ma dall’alchimia che riesce a realizzare tra l’offerta dei servizi e la domanda della comunità, qualsiasi essa sia¹⁵⁷.
- La “piazza del sapere”, che vede la biblioteca come la piazza di ogni città di ogni epoca, cuore pulsante della comunità e luogo d’incontro e di scontro ma anche di scambio: le biblioteche saranno delle “piazze coperte” dove per caso ci saranno anche dei libri, dove la possibilità di incontrare amici sia allo stesso livello dell’opportunità di trovare un libro o un film¹⁵⁸.

Un altro autore che ha elaborato una teorizzazione della biblioteca 2.0 con un’accezione forte, è David Lankester nel suo libro intitolato *The atlas of new librarianship*: oltre alle competenze tradizionali del bibliotecario, Lankester spiega che la nuova missione per i bibliotecari deve essere quella di facilitare la creazione di conoscenza per gli utenti¹⁵⁹. Da tale presupposto, al bibliotecario viene dato il compito di migliorare la società circostante, utilizzando come mezzi tutte le tipologie di documenti, gli *artifact*, per creare come fine ultimo la conoscenza. Per raggiungere tale scopo quindi, secondo Lankester il bibliotecario deve avvalersi di molteplici competenze complementari a quelle biblioteconomiche e deve soprattutto generare connessioni fra gli utenti¹⁶⁰. L’attenzione

¹⁵⁶ A. GALLUZZI, *Il futuro della biblioteca pubblica*, in «Bollettino AIB», XLIV, n. 1-2, 2006, pp. 93-104, <http://bollettino.aib.it/article/view/5139/4906>.

¹⁵⁷ M. S. RASETTI, *La biblioteca è rock, anzi, fusion*, in «Bollettino AIB», XLIV, n. 1-2, pp. 5-8, <http://bollettino.aib.it/article/view/5130/4897>.

¹⁵⁸ A. AGNOLI, *Le piazze del sapere: biblioteche e libertà*, Laterza, Roma, pp. XI-XII.

¹⁵⁹ L. D. LANKES, *The atlas of the new librarianship*, MIT Press, Cambridge-London, 2011, p. 15. Disponibile anche in versione italiana col titolo *L’atlante della biblioteconomia moderna*, edizione italiana a cura di Anna Maria Tammaro e Elena Corradini, Milano, Editrice Bibliografica, 2014.

¹⁶⁰ Ivi, pp. 31-32.

non più centrata sulla dimensione documentaria ma solo all'attenzione rivolta ai membri della propria comunità che apprendono attraverso conversazioni, porta però a una pericolosa apertura a tutto ciò che possa facilitarne la creazione, sminuendo la figura del bibliotecario in qualità di intermediario informativo che in questo modo potrebbe essere fatto da chiunque.

Se accettassimo la teoria di Lankes focalizzando i nostri fini sulla "conversazione" ne conseguirebbero tre principali punti su cui focalizzarsi, ovvero: 1) tutto ciò che facilita la creazione di conversazioni nell'ambito della comunità di riferimento fa parte della missione fondamentale dei bibliotecari, anche a discapito delle loro tradizionali funzioni legate all'intermediazione documentaria, 2) per raggiungere tale scopo possono servire anche i documenti ma con ruoli decisamente secondari, 3) la collezione più preziosa per il bibliotecario non è quella dei propri documenti ma bensì quella dei propri utenti. Questa visione della biblioteca però comporterebbe seri rischi, tra i quali nell'ordine:

1. La sostituzione dei servizi bibliotecari tradizionali di intermediazione documentaria a favore di altri già svolti o svolgibili da altri soggetti, al posto di un potenziamento e ampliamento degli stessi in forme innovative di agevolazione della conoscenza, con servizi che soddisfino maggiormente il bisogno di socialità e di partecipazione degli utenti;
2. Se la dimensione documentaria passa in secondo piano in favore della comunità, si potrebbe cadere in un effetto domino che mette a forte rischio la conservazione dei documenti stessi, probabilmente delegata ad altri soggetti pubblici o privati, facendo perciò perdere in termini di competenze specifiche e di accesso la biblioteca e i bibliotecari, andando ad indebolire la sua vera essenza;
3. Considerare la comunità e gli utenti come fossero una collezione e facilitare al suo interno le conversazioni come momenti di apprendimento, potrebbe portare alla violazione della privacy se si cadesse alla tentazione di rendere pubbliche le ricerche per favorire maggiori conversazioni, ma anche invadenza dei bibliotecari nei confronti di altri utenti affinché partecipino alle conversazioni, cadendo anche nel paternalismo non proprio della professione biblioteconomica¹⁶¹.

¹⁶¹ R. RIDI, *Mezzi, fini, alfabeti: vecchie e nuove filosofie della biblioteca*, in «I nuovi alfabeti della biblioteca. Viaggio al centro di un'istituzione della conoscenza nell'era dei bit: dal cambiamento di

Se nella concezione “debole” di biblioteca 2.0 sono quindi le collezioni ad essere poste al centro, nella biblioteca 2.0 “forte” esse non sono altro che una delle tante esperienze che è possibile vivere, il cui centro sono gli utenti e il loro coinvolgimento, una sorta di grande laboratorio per fantasia e creatività¹⁶².

2.4 Etica del servizio nell’era digitale: accesso, privacy e libertà intellettuale

Se da una parte i social media offrono alle biblioteche una grande opportunità, dall’altra essi mettono le biblioteche davanti ad alcuni rischi etici nel servizio legati all’accesso, alla privacy e alla libertà intellettuale, da tenere in considerazione nel momento in cui si decidesse di offrire un servizio attraverso queste piattaforme.

Le biblioteche oggi, si trovano perciò a dover rinegoziare il loro mandato sociale per cui in caso di conflitti fra priorità selezionare, conservare, organizzare e rendere accessibili certi tipi di documenti debba sempre e comunque risultare predominante rispetto agli altri valori e obiettivi sociali, a favore di una correlazione fra i valori riguardanti l’accesso universale alle informazioni, l’imparzialità, il rispetto della privacy e i valori riguardanti il rispetto della proprietà intellettuale e la responsabilità sociale, facendo in modo che la biblioteca non diventi un luogo remoto e distaccato dalla comunità¹⁶³.

Per quanto riguarda la privacy, i social media danno la possibilità di rivelare informazioni su sé stessi e sulle proprie associazioni con gli altri utenti, e rivelare le associazioni con gli altri ha anche implicazioni per coloro ai quali si è associati. Su queste situazioni secondo Freda, non c’è stato ancora un approfondimento sufficientemente attento, tanto per gli utenti quanto per le biblioteche, infatti ci si trova a dover rinunciare

paradigma ai linguaggi del cambiamento», atti del convegno di "Biblioteche oggi", Milano, 15-16 Marzo 2012, a cura di Massimo Belotti, Milano, Editrice Bibliografica, 2013, pp. 28-53, <http://eprints.rclis.org/19165/>.

¹⁶² A. GALLUZZI, *Dove vanno le biblioteche pubbliche? Appunti sparsi*, in «Vedi Anche», XXIV, n. 1, 2014, p. 4, <http://riviste.aib.it/index.php/vedianche/article/view/10140/9434>.

¹⁶³ R. RIDI, *La responsabilità sociale delle biblioteche*, op. cit., p. 35.

alla proprietà dei contenuti creati e di cedere il diritto al controllo sulle informazioni presenti sui profili o sulle pagine istituzionali¹⁶⁴. Accanto a questi vi sono anche rischi legati alla eventuale ricaduta di responsabilità sull'istituzione e al controllo della condotta degli utenti che dev'essere fatto su eventuali contenuti e commenti oltraggiosi o denigratori, che possono istigare a bullismo, odio razziale, discriminazione sessuale. Nell'era precedente al Web 2.0 sarebbe stato probabilmente inconcepibile la condivisione di informazioni personali in rete così come avviene di norma attualmente sui social network, e stando all'analisi di Cassella, "privacy" e "copyright" sono due nozioni evolute velocemente nel contesto del web sociale, in particolar modo tenendo in considerazione che i più giovani dimostrano una percezione diversa della privacy rispetto ai meno giovani, i primi infatti tendono a non far differenza da realtà offline e realtà online, percependo come privacy solo la "privacy sociale"¹⁶⁵.

Anche l'accessibilità può essere un problema per i social media: oltre al problema che gli utenti potrebbero non avere a disposizione gli strumenti necessari per accedere alle risorse online, come uno smartphone o anche una connessione a internet, questi non dovrebbero sentirsi costretti a creare un account sulle piattaforme di social in cui compare la biblioteca. I social media possono anche presentare barriere linguistiche, barriere riguardanti la misura in cui le tecnologie di assistenza per i diversamente abili (non vedenti o ipovedenti) siano supportate per consentire l'accessibilità per l'intera popolazione di utenti, e l'impatto che può avere sul servizio di reference il non funzionamento di una piattaforma¹⁶⁶.

Le piattaforme di social media su cui le biblioteche decidono di proporre un servizio di reference perciò, devono essere scelte in base alle esigenze e alle richieste degli utenti per ridurne al minimo l'esclusione, tenendo conto della tipologia di utenza e fornendo in maniera equa la copertura dei contenuti condivisi: gli studenti ad esempio, sono sempre più presenti su numerose piattaforme di social media ed è importante che la biblioteca ponderi

¹⁶⁴ V. FREDA, op. cit., pp. 29-31.

¹⁶⁵ M. CASSELLA, *Comunicare con gli utenti: Facebook nella biblioteca accademica*, in «Biblioteche Oggi», XXVIII, n. 6, 2008, p. 4.

¹⁶⁶ S. PONELIS, *Ethical risks of social media use by academic libraries*, in «Innovation», XLVII, 2013, pp. 232-245, <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=lxh&AN=101170553&site=ehost-live>.

le piattaforme più comuni e appropriate, senza necessariamente inseguire tutti gli studenti. Allo stesso tempo però, è fondamentale che gli utenti non debbano essere costretti ad usare i social media per ricavare informazioni sulla biblioteca, e quindi i canali tradizionali non devono essere trascurati o eliminati¹⁶⁷.

Le biblioteche dovrebbero anche considerare di formare i propri utenti secondo i principi generali dell'uso dei social media per ridurre i rischi etici, integrando ad esempio dei corsi di alfabetizzazione sull'uso dei social media, adottando una politica chiara e inequivocabile pronta a reagire rapidamente in caso di imprevisti per ridurre al minimo qualsiasi impatto negativo: questo implica un monitoraggio costante delle piattaforme di social media scelte¹⁶⁸.

2.5 Il reference attraverso i social media

2.5.1 Tecnologie “social” utilizzabili per il reference

Le biblioteche per soddisfare le aspettative dei propri utenti, in relazione alle esigenze in continua evoluzione al passo coi tempi, dovrebbero sfruttare il potere dei social media al fine di dare spazio alla comunicazione interattiva in ambiente online: il potere dei social media oltre a migliorare l'immagine della biblioteca migliora l'esperienza degli utenti nella ricerca di informazioni¹⁶⁹.

Il reference attraverso i social media ha cambiato radicalmente la comunicazione nei confronti degli utenti, emergendo in alcuni casi come un vero e proprio strumento di marketing per le biblioteche pubbliche e fornendo la possibilità di raggiungere e

¹⁶⁷ G. COLLINS, A. QUAN-HAASE, *Social media and academic libraries: Current trends and future challenges*, in «Proceedings of the American Society for Information Science and Technology», IL, n. 1, 2012, pp. 1–4, <https://doi.org/10.1002/meet.14504901272>.

¹⁶⁸ S. PONELIS, *op. cit.*, pp. 240–243,

¹⁶⁹ S. SHAFAWI, H. BASRI, *User Engagement with Social Media, Implication on the Library Usage: A Case of Selected Public and Academic Libraries in Malaysia*, in «Library Philosophy and Practice» I, 2018, consultato il 2020-01-03, <https://search.proquest.com/docview/2163340923/?pq-origsite=primo>.

comunicare con gli utenti collegati sulle varie piattaforme social. Partendo dalla domanda che si pone Palfrey: «[...] Le biblioteche e i bibliotecari sono anacronistici nell'era digitale? Dopo tutto, a chi sono utili, e come?»¹⁷⁰», emerge la necessità per le biblioteche di rafforzare la componente sociale e partecipativa della rete, sia per quanto riguarda la biblioteca come spazio fisico sia per quanto riguarda lo spazio virtuale¹⁷¹. Prendendo ad esempio gli utenti delle biblioteche accademiche, oggi essi sono meno dipendenti dalla biblioteca tradizionale a causa della crescita delle risorse elettroniche e di internet, non sentendo come indispensabile la necessità di entrare fisicamente nella biblioteca o di usare un bibliotecario per farsi aiutare nelle loro ricerche. Molti bibliotecari di reference perciò, sostengono sia necessario raggiungere gli utenti nei loro ambienti preferiti al fine di estendere i servizi delle biblioteche oltre le tradizionali mura delle biblioteche¹⁷².

Storicamente le biblioteche hanno raggiunto i maggiori cambiamenti non solo in base ad una particolare strategia quanto piuttosto agli strumenti e alle piattaforme ad essa associati e utilizzati per far conoscere i servizi che fornivano. Nel XIX secolo le reti di comunicazione di più facile accesso ai bibliotecari erano il passaparola e i giornali; con l'affermarsi della stampa che diventava più agevole ed economica per la produzione in serie, i bibliotecari spostarono la loro modalità di comunicazione nella creazione di volantini e poster; a metà del XX secolo fu quindi la volta dei mass media come radio e televisione; negli anni '80 iniziarono a diffondersi i primi personal computer; negli anni '90 i computer iniziarono ad essere sempre più alla portata di tutti, dando il via alla condivisione di notizie online e allo sviluppo dei primi siti Web delle biblioteche; all'alba del XXI secolo, i bibliotecari iniziano a usare i social media¹⁷³.

¹⁷⁰ J. PALFREY, *Bibliotech: perché le biblioteche sono importanti più che mai nell'era di google?*, Milano, Editrice Bibliografica, 2016, p.16.

¹⁷¹ R. BATS, *Verso la biblioteca partecipativa. L'uso dei social network nella formazione di nuovi bibliotecari*, in «Biblioteche oggi», “Tendenze”, XXXIII, p. 57, <http://www.bibliotecheoggi.it/rivista/article/view/208/291>.

¹⁷² E. S. OKOLO, E. R. ESERADA, *Adoption of social networks media for reference services in academic libraries*, in «Marketing libraries journal», 5-28-2019, consultato 2019-12-29, <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=6158&context=libphilprac>.

¹⁷³ K. DEMPSEY, *An Historical Overview of Marketing in U.S. Libraries: From Dana to Digital*, in «Marketing libraries journal», III, vol.1, winter 2019, pp. 29-30.

Partendo dalla quarta legge della biblioteconomia di Ranganathan "risparmia il tempo del lettore" viene sottolineata l'importanza del fattore tempo, prescrivendo la massima efficienza e professionalità per un servizio efficace¹⁷⁴: questo concetto oggi che internet ha completamente sconvolto l'accesso "facile" all'informazione è di fondamentale importanza, in quanto davanti alla pressoché illimitata quantità di contenuti disponibili online, l'utente ha bisogno di soddisfare i propri bisogni informativi velocemente e con semplicità. A evidenziare quanto possa risultare oggi più che mai centrale la quarta legge, uno studio condotto dalla OCLC dal titolo "*Reordering Ranganathan*", col fine appunto di riordinare le *five laws*, la riposiziona come prima delle cinque leggi, da cui poi si srotolano le altre¹⁷⁵. "Our best bet to save their time - and, thus, ensure that they are satisfied, if not delighted, with our services - is to embed what we do in what they do, rather than asking the reverse"¹⁷⁶.

I bibliotecari oggi forniscono quante più modalità di reference possibile: telefono, e-mail, messaggistica istantanea, messaggi di testo, a cui si uniscono i social media, che offrono ancora un'altra interfaccia attraverso la quale gli utenti possono ricevere assistenza in biblioteca. I social media sono strumenti online innovativi progettati per migliorare la comunicazione e la collaborazione, una rivoluzione iniziata alla fine degli anni Novanta e che continua a crescere fornendo ai bibliotecari un vantaggio per fornire servizi sempre più dinamici. Le piattaforme per i social media più popolari, per quanto riguarda le biblioteche, sono attualmente Facebook, Twitter, i Blog, RSS, YouTube e wiki¹⁷⁷.

In termini di funzioni specifiche della biblioteca e del servizio informazioni, i social media forniscono utili piattaforme aggiuntive, come la scoperta e l'accesso alle informazioni che possono essere agevolati mediante l'uso di *social bookmarking* e blog, oppure le istruzioni e le attività correlate alla biblioteca stessa che possono trarre grandi

¹⁷⁴ R. RIDI, *Etica bibliotecaria*, cit. p. 59.

¹⁷⁵ L. S. CONNAWAY, I. M. FANIEL, *Reordering Ranganathan: Shifting User Behaviors, Shifting Priorities*, OCLC Research Dublin, 2014, p. 8, <http://www.oclc.org/content/dam/research/publications/library/2014/oclcresearch-reordering-ranganathan-2014.pdf>.

¹⁷⁶ *Op. Cit.*, p. 16.

¹⁷⁷ I. XIE, J. STEVENSON, *Social media application in digital libraries*, in «Online Information Review», XXXVIII, n. 4, 2014, pp. 502–523, <https://doi.org/10.1108/OIR-11-2013-0261>.

benefici dall'inserimento di video e podcast di YouTube. Per quanto riguarda le notizie e gli attuali servizi, una maggiore immediatezza può essere portata dall'uso degli account social network e dai blog della biblioteca. È pertanto necessario che le biblioteche accademiche, pubbliche o private, integrino i social media all'interno dei loro servizi, come una piattaforma per accettare domande di reference, organizzare consulenze di ricerca e informare gli utenti su eventi, annunci e servizi¹⁷⁸. Bibliotecari e utenti accademici concordano inoltre sull'enorme potenziale dei social media nelle biblioteche legato all'enorme numero di studenti universitari iscritti sui vari canali social¹⁷⁹. I social media non possono che risultare strumenti all'altezza di un servizio reference efficace, andando ad ampliare, ma non sostituire, i mezzi comunicativi della biblioteca: se prima gli avvisi relativi a cambiamenti di orario, nuove accessioni e iniziative varie si diffondevano al pubblico grazie ai depliant o sulle bacheche, oggi si potranno utilizzare anche strumenti social e interattivi come sms, twitter, blog e social network, ma sempre in aggiunta per esempio del sito web ufficiale della biblioteca¹⁸⁰.

Prendendo ad esempio i siti di social network come Facebook, al suo interno è diventato possibile l'inserimento di apposite espansioni per interrogare direttamente l'OPAC della propria biblioteca o le banche dati come WorldCat o JSTOR, e sono diversi

¹⁷⁸ M. AHENKORAH-MARFO, H. AKUSSAH, *Information on the Go: Perspective of Academic Librarians on Use of Social Media in Reference Services*, in «International Information & Library Review», IL, n. 2, 2017, pp. 87-96, <https://doi.org/10.1080/10572317.2016.1278190>.

¹⁷⁹ D. MACK, A. BEHLER, B. ROBERTS, E. RIMLAND, *Reaching students with Facebook data and best practices*, in «Electronic Journal of Academic and Special Librarianship», VIII, n. 2, 2007, consultato 2020-01-17, http://southernlibrarianship.icaap.org/content/v08n02/mack_d01.html.

¹⁸⁰ *Ibidem*.

gli autori¹⁸¹ che hanno anche dato suggerimenti su quale sia lo stile comunicativo più adatto, in un social network, per una biblioteca che voglia attirare e fidelizzare gli utenti¹⁸².

Come abbiamo analizzato precedentemente, i social media a disposizione della biblioteca sono molteplici, con plurime funzioni e diverse modalità di iterazione con gli utenti: maggiormente presenti nelle biblioteche e che rispecchiano a pieno queste differenze, sono i blog e i social network. Il blog è un sito web autonomo, dove la comunicazione avviene da uno a tanti e dove gli utenti devono spontaneamente recarsi; il social network è invece un sito dove tutti possono interagire con tutti, dove gli utenti navigano anche per altri scopi e in cui la biblioteca cerca di ritagliarsi uno spazio per stabilire relazioni con essi. Sul blog, le biblioteche possono avere un maggiore o minore livello di controllo, al contrario sui social network il controllo è sempre praticamente nullo¹⁸³. Oltre a queste considerazioni, il più delle volte l'uso che viene fatto sia dei blog sia dei social network è praticamente identico, ossia volto a un tipo di comunicazione unilaterale e non "social" e di "conversazione": pubblicare informazioni sulla biblioteca, promuovere servizi e pubblicizzare eventi sono tutte funzioni che dovrebbero già essere presenti e aggiornate dal sito web della biblioteca, con cui blog e social network non dovrebbero entrare in concorrenza¹⁸⁴. Emerge quindi come l'utilizzo dei social media da parte delle biblioteche, debba nascere da una seria riflessione e da una programmazione ben definita, non solo dal mero inseguimento dell'ultima tendenza tecnologica.

Attraverso i social network ad esempio, la biblioteca può comunicare e promuovere le attività della biblioteca stessa tramite la creazione di una propria pagina, con servizi più

¹⁸¹ R. DESCHAMPS, *Facebook and rapport*, "The other librarian" (blog), 10-09-2007, <http://otherlibrarian.wordpress.com/2007/09/10/facebook-and-rapport/>; B. S. MATTHEWS, *Libraries' place in virtual social networks*, in «Journal of web librarianship», I, n. 2, 2007, pp. 71-74; V. GENTILINI, *Facebook: decalogo di stile (e di buon senso)*, "Bibliotecari non bibliofili!" (blog), 10-08-2012, <http://nonbiblioli.wordpress.com/2012/08/10/facebook-decalogo-di-stile-e-di-buon-senso/>.

¹⁸² J. MAZZOCCHI, *Blog e social network in biblioteca: strumenti complementari o antagonisti?*, in «Biblioteche oggi», "La biblioteca connessa", XXXII, vol. 4, 2014, p. 21, <http://dx.doi.org/10.3302/0392-8586-201404-020-1>.

¹⁸³ Ivi, p. 22.

¹⁸⁴ L. GANSTER, B. SCHUMACHER, *Expanding beyond our library walls: building an active online community through Facebook*, in «Journal of web librarianship», III, n. 2, 2009, p. 125, <https://doi.org/10.1080/19322900902820929>.

o meno avanzati che spaziano dai semplici dati sulla biblioteca, ma anche accessi diretti all'OPAC e alla consultazione delle banche dati fino ad argomenti non prettamente istituzionali, ma tenendo sempre presenti delle regole basilari legate a:

- Tipologia della biblioteca
- Il contesto in cui si colloca la sua attività
- Le caratteristiche dei propri utenti e come si rapportano con la biblioteca
- Il livello di personalizzazione che si vuole assegnare alla pagina
- Quali sono i servizi già erogati e quali quelli che si vorrebbero attivare sul social network¹⁸⁵.

Anche i siti di blog possono offrire uno strumento di reference per l'utenza, rappresentando un utile strumento per promuovere gli eventi organizzati dalla biblioteca o proporre le novità in materia di nuove acquisizioni come libri, audiovisivi, cd e dvd e altre risorse informative e, se predisposti per accettare anche contributi esterni, per ospitare i commenti da parte degli utenti. Un blog può inoltre dar modo di creare il senso di comunità attorno alla biblioteca favorendone occasioni di aggregazione sociale, non necessariamente legate alle specifiche finalità della biblioteca stessa¹⁸⁶.

Ciò che i social media offrono rispetto a un classico sito web istituzionale, è una sorta di finestra su un gran pubblico, che aumenta le opportunità di interazione con gli utenti e offre la possibilità di rendere ogni interazione avvenuta al loro interno una potenziale transazione di reference¹⁸⁷: un esempio è dato dalla *Sheridan Libraries*, dove dopo esser stato constatato un numero sempre crescente di domande di reference comparire sulla propria pagina della biblioteca nel social network Twitter, ha pubblicato sul proprio blog il seguente annuncio:

Since @mselibrary has been on Twitter, we've noticed an uptick in reference questions tweeted to us. Our mission is to communicate with our students, faculty, and staff in whatever means they prefer so if you're on

¹⁸⁵ M. CASSELLA, *op. cit.*, pp. 3-12.

¹⁸⁶ R. RIDI. *La biblioteca come ipertesto*, cit., pp. 138-139.

¹⁸⁷ J. DEODATO, *Overhyped Fad or Missed Opportunity? A History of Academic Libraries and the Social Web*, in «Journal of Web Librarianship», XII, n. 1, 2018, pp. 9-11, <https://doi.org/10.1080/19322909.2017.1390424>.

Twitter, please tweet us or send us a direct message with your reference question, in fact, send us any question at all that you have about the library¹⁸⁸.

Poiché Twitter consente lo scambio rapido di brevi messaggi tra i suoi utenti, alcune biblioteche lo hanno trovato una comoda piattaforma per condurre reference: seppur meno immediato di un messaggio istantaneo, la natura pubblica delle conversazioni, integrabile con gli hashtag e ricercabile successivamente tramite essi, consente agli utenti di visualizzare le risposte alle domande a cui è già stata data risposta e di intravedere in tempo reale il tipo di ricerca condotta¹⁸⁹. Oggi il Web infatti, è diventato un ambiente di *open culture* nel quale gli utenti creano e condividono contenuti, riconoscendogli ampia libertà di distribuzione e di riuso, dove l'unico controllo è dato dall'intelligenza collettiva¹⁹⁰. Questo tipo di utilizzo dei social media, ovvero la pubblicazione su bacheche aperte in cui sia l'utente che il bibliotecario sono consapevoli che ciò che scrivono e condividono è pubblico, offre un ottimo strumento di reference definibile se vogliamo "riciclabile", dove è buona premura però tenere sempre sotto controllo la qualità delle discussioni che si genereranno. La presenza di informazioni fornite dagli utenti sul web infatti, se da un lato consente agli utenti di ricevere una sorta di servizio di reference "non professionale", dall'altro presenta due grandi rischi dal punto di vista etico: il primo è legato a possibili commenti o recensioni false o comunque non pertinenti, il secondo alla conservazione permanente di dati relativi al comportamento degli utenti, che registrano le preferenze dell'utente per poi riutilizzarle, per esempio, per fornirgli attraverso il filtraggio collaborativo consigli di lettura¹⁹¹.

Accanto a questa modalità di fruizione dei social media, il servizio di reference può essere erogato anche attraverso una modalità sincrona e interattiva attraverso l'*instant messaging*, fruibile su diverse piattaforme di social network come Facebook, Instagram o Whatsapp: questa tipologia di servizio risulta essere apprezzato da una vasta tipologia di

¹⁸⁸ K. ELLEN, *Tweet Your Librarian*, "The Sheridan Libraries" (Blog), 2009-08-31, <https://blogs.library.jhu.edu/2009/08/tweet-your-librarian/>.

¹⁸⁹ J. DEODATO, *op. cit.*, pp. 9-11.

¹⁹⁰ L. G. FOIAIA, *Web 2.0, guida al nuovo fenomeno della rete*, Milano, Hoepli, 2008, p. 7.

¹⁹¹ V. FREDA, *Tecnologia 2.0 in biblioteca. Operazione di marketing o innovazione dei servizi?*, Youcanprint self-publishing, Lecce, 2010, pp. 48-50.

utenza che va dai più giovani fino ai giovani adulti, che ne apprezzano la caratteristica di conversazione più pura e meno formale, in cui il bibliotecario e l'utente dialogano¹⁹². Alcuni sistemi di *instant messaging* consentono inoltre agli utenti di utilizzare webcam e microfoni, grazie a cui gli utenti possono avere anche una conversazione in tempo reale, ma anche conversazioni di gruppo, e il trasferimento di file¹⁹³. Non sono da trascurare in questo caso però, i cambiamenti che comporta la messaggistica istantanea, come ad esempio la modalità del lavoro, che dovrà comprendere un personale all'altezza anche di tale servizi, la copertura certa del servizio negli orari prestabiliti e le risorse digitali tali da poter esaudire le richieste di chi non è fisicamente in biblioteca¹⁹⁴.

2.5.2 *Il marketing a servizio del reference sui social media*

Reference è contatto col pubblico a fini informativi ma è difficile distinguere il suo confine esatto, soprattutto per gli strumenti: confinanti col reference digitale attraverso i social media possono esserci perciò anche altre attività che si fanno tramite social media, una di queste è sicuramente il marketing.

Certamente le biblioteche non hanno prodotti da vendere per cui ricavarne un profitto monetario, ma c'è un forte legame con quello che più precisamente viene definito "marketing umanistico", riconoscibile in alcuni elementi come l'ascolto, il servizio come soluzione a un bisogno, la conversazione, l'informazione, la capacità di instaurare un rapporto di fiducia con i propri utenti, la competenza e la capacità di accoglienza e saper comunicare¹⁹⁵. Per molti il marketing ha una reputazione offuscata, associata alla pubblicità e alla vendita in modo non autentico e quasi fraudolento, con l'obiettivo di convincere i consumatori ad acquistare beni e servizi di cui non hanno realmente bisogno o

¹⁹² V. FREDA, op. cit., pp. 65-68.

¹⁹³ P. FELICIATI, M. T. NATALE, op. cit., p. 122,

¹⁹⁴ V. FREDA, op. cit., pp. 65-68.

¹⁹⁵ A. BUSA, *Biblioteche e marketing umanistico, una riflessione sulla comunicazione*, in www.annabusa.com, 25 luglio 2019, consultato 2019-12-04, <https://www.annabusa.it/biblioteche-comunicazione-marketing-umanistico>.

che desiderano, ma se utilizzato correttamente è un approccio olistico per esaminare i servizi esistenti, apportarvi modifiche, pianificare nuovi servizi, comunicare internamente ed esternamente sui servizi della biblioteca e misurarne il successo, tutto ciò potendolo adattare alle esigenze dell'utenza che si interseca con gli obiettivi della biblioteca stessa: è l'attività attraverso la quale i bibliotecari possono sviluppare i giusti prodotti e servizi, decidere come erogare i servizi, determinare il modo migliore per comunicare il valore di tali prodotti e servizi, e quindi promuovere i servizi più adatti al giusto gruppo di utenti¹⁹⁶. La biblioteca intesa per la sua essenza intrinseca va promossa e diffusa perché venga distinta come identità riconosciuta e riconoscibile, e soprattutto nel caso delle biblioteche, avere una prospettiva di marketing è davvero opportuno in quanto gli utenti hanno bisogno di sapere di più sulla loro attività, e dovrebbero essere aggiornati anche in una maniera al passo con i tempi¹⁹⁷. Le piattaforme social di cui si può servire la biblioteca per questi fini sono diverse e verranno approfondite in seguito, è importante però tener conto di alcuni aspetti che devono rientrare negli obiettivi del marketing attraverso i social media, come:

- la promozione, cercando di ampliare costantemente il numero di utenti e iscritti a cui far conoscere la biblioteca i propri servizi;
- la partecipazione, con la promozione della biblioteca come luogo fulcro per la comunità in cui poter assistere ad eventi, incontri e quindi inclusione sociale;
- la fidelizzazione, ossia diventare un punto fermo per la comunità e poter contare su un solido gruppo di utenti soddisfatti dai servizi della biblioteca;
- per le biblioteche per ragazzi e in alcuni casi pubbliche, è importante anche la dimensione ludica, perciò coinvolgere gli utenti attraverso

¹⁹⁶ E. LEONARD, R. TEDFORD, *Marketing and promotion of reference services*, in L. C. SMITH and M. A. WONG, *Reference and information services: an introduction*, Santa Barbara, Libraries Unlimited, 2016, pp. 281-282; G. SOLIMINE, *Gestire il cambiamento*, Milano, Editrice Bibliografica, 2003; G. DI DOMENICO, M. ROSCO, *Comunicazione e marketing della biblioteca. La prospettiva del cambiamento per la gestione efficace dei servizi*, Milano, Editrice Bibliografica, 1998.

¹⁹⁷ K. DEMPSEY, *How to use marketing in your library*, in "Princh", edited by PETRA PARASCHIV, 9 agosto 2017, consultato 2019-12-03, <https://princh.com/how-to-use-marketing-in-a-library-kathy-dempseyinterview/#.XeZz7pNKi36>

iniziative creative come concorsi fotografici attraverso i social, tornei di giochi etc.¹⁹⁸.

Più nel dettaglio, le biblioteche e quindi i bibliotecari che decidono di ampliare la propria utenza e di far aumentare la propria visibilità e il proprio apprezzamento sociale, possono far uso del *marketing mix* per esaminare i loro servizi di informazione, un piano strategico creato per le organizzazioni commerciali che vendono prodotti o servizi e che può essere facilmente adattato alle biblioteche. Il marketing mix è presentato come “*Seven Ps*”, ossia sette leve decisionali che le imprese seguono per perseguire i propri obiettivi di vendita, ed esse sono: prodotto, prezzo, promozione, luogo, imballaggio, posizionamento e persone. Secondo Leonard e Tedford, per le biblioteche le *Seven Ps* possono essere riadattate¹⁹⁹:

- con “prodotti” si intendono i servizi e le risorse disponibili nella biblioteca, ad esempio il servizio di reference via chat, ricerca e consultazione o mediazione nella ricerca;
- il “prezzo” è ciò a cui un utente rinuncia quando sceglie un servizio digitale in biblioteca, come ad esempio il tempo, informazioni;
- la “promozione” è il mix di attività che aumenta la consapevolezza o l'uso di un servizio, il modo in cui la biblioteca fa conoscere agli utenti i propri servizi, può comprendere email, eventi, banners etc.;
- il “luogo” è dove il servizio è reso disponibile, se da link all'interno di un sistema di gestione del corso, tramite una riunione virtuale etc.;
- “imballaggio” è l'aspetto del prodotto o del servizio, in quanto un servizio di reference risulta differente se emanato in una biblioteca scolastica o in una biblioteca aziendale, un “imballaggio” differente per ogni differente utente;
- “posizionamento” intende la consapevolezza nel creare una proposta di valore per un servizio che riconosce la concorrenza, visto dall'altro punto di

¹⁹⁸ G. LUGLI, *Una panoramica sulla biblioteca pubblica d'oggi*, Brescia, Temperino rosso, 2019, Kindle edition. chap. 3.8.

¹⁹⁹ E. LEONARD, R. TEDFORD, *Marketing and promotion of reference services*, cit., pp. 282-284.

vista, qual è il valore della proposta per l'utente e perché dovrebbe scegliere un servizio tramite la biblioteca;

- “persone” si concentrano sulla formazione e il reclutamento delle persone giuste all'interno dell'organizzazione, circondarsi di persone che offrano un servizio adeguato e di responsabilità²⁰⁰.

Offrire un servizio di reference attraverso i social media è dunque possibile, ma a condizione di saper sfruttare le piattaforme online con una pianificazione adeguata che attinga dalle materie di marketing e di comunicazione, con la consapevolezza di ciò che la biblioteca può offrire agli utenti in un'epoca di facile accesso alle informazioni. A prescindere dalla tipologia della biblioteca, un approccio strategico alle strategie di marketing è definibile in quattro livelli²⁰¹:

1. Definire scopi ed obiettivi;
2. Determinare il prodotto;
3. Effettuare uno scanning ambientale;
4. Creare un piano marketing.

Le biblioteche possono agevolmente usufruire della potenza del *Social Web* per raggiungere utenti remoti e creare una biblioteca online come luogo che estenda la portata della biblioteca fisica. Da qui spicca come un eccellente servizio clienti dovrà essere un fattore determinante per ciò che distingue le biblioteche dagli altri servizi reperibili online: come nota Brandt infatti, in un'epoca in cui l'economia è basata sull'esperienza gli utenti vogliono essere coinvolti in interazioni personalizzate con persone reali, componente in cui le biblioteche hanno una notevole storia, ma che potrebbe essere necessario estenderle sulle piattaforme online attraverso canali come i social network²⁰². Portando questa analisi in ambito economico, un bene che viene commercializzato diventando costoso e indistinguibile dalla concorrenza, può essere trasformato in qualcosa di nuovo attraverso la

²⁰⁰ *Ibidem*.

²⁰¹ *Ivi*, p. 285.

²⁰² E. RIMLAND, *Using online social networking tools for reference and outreach*, in D. ZABEL, *Reference reborn: Breathing new life into public services librarianship*, cit., pp. 194-196.

sua personalizzazione: un servizio. La personalizzazione di un servizio per un determinato utente o un gruppo di utenti, lo eleva ad un altro nuovo livello, diventando un'esperienza, e la lunga tradizione delle biblioteche nel fornire servizi di reference agli utenti è piena di opportunità per portare i servizi al livello successivo, personalizzandoli e offrendo esperienze per gli utenti attraverso le piattaforme online²⁰³. Anche per quanto riguarda l'aspetto legato al marketing, Facebook è ritenuto il social media migliore per tre ragioni principali:

- *Search/Ricerche*: si ha la possibilità di comparire tra i risultati dei motori di ricerca, le pagine create su Facebook infatti sono pubbliche e in ognuna di esse si possono personalizzarne il nome, l'URL e dati;
- *Reach/Penetrabilità*: da tenere in considerazione che più sono interessanti i contenuti e maggiore sarà l'opportunità che questi vengano condivisi e visti da altri individui
- *Content/Contenuti*: per incrementare il numero di persone collegate, la visibilità e la considerazione che gli utenti stessi hanno per la pagina creata, è fondamentale pubblicare contenuti che vanno oltre i servizi e i prodotti direttamente proposti²⁰⁴.

2.6 Analisi di alcuni social media

2.6.1 Facebook

Il social network per eccellenza funge da portale per la biblioteca stessa attraverso la possibilità di creare un *Pagina*²⁰⁵ personale della biblioteca, che può essere utilizzata per

²⁰³ *Ibidem*.

²⁰⁴ K. BODNAR, J. L. COHEN, *The b2b social media book: become a marketing superstar*, New Jersey, Wiley and sons, 2012, pp. 127-130.

²⁰⁵ «Le Pagine sono un prodotto gratuito che ti consente di creare e ampliare la tua presenza sui social media. Usa le Pagine per raggiungere nuovi gruppi di pubblico e comunicare con i fan o i clienti a cui interessano i tuoi prodotti, i tuoi servizi o la tua community»; Sito ufficiale di Facebook, sezione “Facebook for business”, *Pagine*, consultato il 2020-01-15, <https://www.facebook.com/business/help/2148431558717386?id=939256796236247>.

comunicare e promuovere i servizi disponibili con tutti gli utenti che seguono la pagina ma non solo: si possono inserire gli orari di apertura, la localizzazione della biblioteca e altre informazioni riguardanti la sua offerta di servizi, inviti ad eventi da lei organizzati²⁰⁶, ma anche l'offerta sulle guide bibliografiche, l'accesso all'OPAC per la consultazione di banche dati, fino ad argomenti non prettamente istituzionali²⁰⁷.

La pagina creata consente di connettersi con un numero di persone potenzialmente illimitato attraverso l'opzione "mi piace", di essere visibile da chiunque, e di avere una forma di relazione e pubblicazione più formalizzate rispetto a un classico profilo Facebook. Su questo social, è possibile condividere contenuti di ogni tipo come link, foto, video o eventi che a loro volta possono essere condivisi da altri utenti: attraverso queste condivisioni la biblioteca dà un'immagine di sé per potersi avvicinare agli utenti, che possono entrare in contatto con un bibliotecario attraverso Facebook Messenger offrendo la possibilità di dare un servizio di reference sincrono con Chat e Videoconferenza²⁰⁸.

Obiettivo minimo del bibliotecario che gestisce la pagina su facebook, dovrebbe essere quello di inserire almeno una news al giorno in modo da tenere vivo l'interesse e di stimolare la partecipazione degli utenti, soddisfatte le richieste degli utenti nel più breve tempo possibile²⁰⁹.

Il servizio di gestione delle pagine di facebook, offre la possibilità di comunicare con gli altri utenti sia in modo pubblico che privato, ma anche di poter creare *Gruppi* al cui interno possono prendere parte solo gli utenti che ne fanno richiesta venendo successivamente approvati o che ricevono un invito direttamente dalla biblioteca. Quest'ultima opzione, dà alla biblioteca la possibilità di creare un gruppo di reference aperto a più utenti, ma ristretto solo a chi vi ha fatto esplicita richiesta di iscrizione, prendendo visione, ad esempio, di una descrizione di questo tipo di servizio di reference (definibile "allargato") scritto dalla biblioteca stessa riguardo i rischi legati alla privacy.

²⁰⁶ A. R. DRYDEN, *Libraries and marketing with technology*, in B. C. THOMSETT-SCOTT, *Marketing with Social Media: a LITA Guide*, Chicago, American Library Association, 2014, p. 4.

²⁰⁷ R. MORRIELLO, *Web 2.0: la rivoluzione siamo noi*, in «Biblioteche Oggi», XXVIII, n. 3, 2010, p. 23, <http://www.bibliotecheoggi.it/2010/201000300901.pdf>.

²⁰⁸ Sito ufficiale di Facebook, sezione "Centro Assistenza", *Pagine*, consultato il 2019-12-29, https://www.facebook.com/help/282489752085908?helpref=hc_global_nav

²⁰⁹ M. CASSELLA, *op. cit.*, p. 4.

Questo tipo di interazione, permette di creare una community interna alla pagina stessa della biblioteca, offrendo la possibilità di:

- Interagire con gli utenti che condividono interessi attinenti alla Pagina;
- Capire meglio i propri utenti creando uno spazio in cui possono fare sia fare domande che condividere feedback;
- Interagire all'interno del gruppo a nome della Pagina, e quindi della biblioteca, o a nome del singolo bibliotecario attraverso il suo profilo personale.

La creazione di un Gruppo all'interno alla propria Pagina porterebbe con sé notevoli benefici per il servizio di reference virtuale, che vedrebbe ad esempio la possibilità di arginare alcuni problemi legati alla privacy sui social media: creando un Gruppo infatti è possibile invitare gli utenti o ricevere richiesta per prenderne parte, ma in entrambi i casi prima che la pagina della biblioteca o gli amministratori ad essa collegati invitino o accettino l'utente, questo dovrà prendere visione di una nota introduttiva nella quale verranno specificate la funzione, i rischi e le modalità di interazione all'interno del Gruppo, spiegando come possa esserci anche la possibilità di un servizio di reference in forma privata attraverso Facebook Messenger.

Facebook offre anche la possibilità di gestire i post e i commenti delle persone che visitano la pagina con due diverse modalità²¹⁰:

- dando la possibilità agli utenti di pubblicare autonomamente post e commenti al suo interno, opzione questa che porterebbe con sé non pochi rischi legati all'etica oltre a un disordine generale, oppure l'eventualità per la biblioteca di controllare e filtrare i post prima ancora che vengano pubblicati: questa seconda opzione permetterebbe un controllo della condotta degli utenti su eventuali contenuti e commenti oltraggiosi o denigratori, ma anche che la biblioteca possa comunicare in forma privata all'utente che i contenuti del post o commento che vorrebbe condividere siano inappropriati per essere condivisi pubblicamente;

²¹⁰ Sito ufficiale di Facebook, sezione "impostazioni generali", *Pagine*.

- negando la possibilità di condivisione di qualsiasi post agli utenti, rendendo la pagina una sorta di bacheca virtuale con cui poter interagire solo attraverso l'uso dei messaggi privati tra utente e biblioteca o attraverso eventuali Gruppi creati al suo interno.

2.6.2 *Twitter*

Il secondo social network più utilizzato a livello nazionale è Twitter²¹¹. Si tratta di una piattaforma di micro-blogging che consente la pubblicazione di messaggi (chiamati “tweet”) della lunghezza massima di 140 caratteri. Gli utenti possono inviare messaggi istantanei, reclami, condividere contenuti o porre domande su un particolare problema e ottenere un feedback sincrono utilizzando il retweet di Twitter²¹².

Twitter può essere collegato ad altri social network, blog e siti Web e permette agli utenti registrati di collegarsi ad altri utenti potendo così avere conversazioni. Una volta creato il proprio account, un profilo completo include il caricamento di immagini attraverso un telefono cellulare, pagina Web o programma di messaggistica istantanea, che consente all'utente di ricevere e inviare messaggi da e verso altri²¹³.

Secondo alcuni articoli²¹⁴, Twitter è la risorsa di social media che offre il massimo potenziale ai bibliotecari per portare i servizi di reference virtuale a un livello ancora maggiore. Utilizzato dai bibliotecari e dal personale delle biblioteche per scopi di coinvolgimento e sensibilizzazione, consente alla biblioteca di fornire aggiornamenti rapidi e promemoria sia su orari, eventi, programmazione e disponibilità di nuove risorse, ma dà

²¹¹ WE ARE SOCIAL, *Report 2019*, consultato il 2019-12-29, <https://wearesocial.com/it/blog/2019/01/digital-in-2019>

²¹² Sito ufficiale di Twitter, sezione “Centro Assistenza”, *Utilizzo di Twitter*, consultato il 2019-12-29, <https://help.twitter.com/it>.

²¹³ E. S. OKOLO, E. R. ESERADA, *Adoption of social networks media for reference services in academic libraries*, op. cit., <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=6158&context=libphilprac>.

²¹⁴ C. L. YOUNG, *Crowdsourcing the Virtual Reference Interview with Twitter*, in «The Reference Librarian», LV, n. 2, pp. 172-174, <https://doi.org/10.1080/02763877.2014.879030>; J. DEODATO, *Op. cit.*, pp. 1-27.

anche possibilità ai singoli bibliotecari di condividere nuovamente tali informazioni dai loro account Twitter, fornendo anche la loro disponibilità per gli orari di ufficio per reference di persona o virtuali. Twitter non viene utilizzato solo come strumento per fornire risposte rapide di reference e informazioni generali sulla biblioteca agli utenti, ma sta diventando un'importante risorsa per affrontare una particolare domanda di reference in una specifica materia, con altri bibliotecari specializzati in particolari aree di competenza²¹⁵. Come per tutti i social network dovrebbe essere costantemente aggiornato con almeno una news al giorno, in modo da tenere vivo l'interesse e di stimolare la partecipazione degli utenti.

Anche Twitter, come Facebook, permette di avviare una conversazione sia in modalità pubblica sulla propria *home*, in cui i post pubblicati possono essere commentati da tutti gli utenti, sia in forma privata attraverso i cosiddetti “messaggi diretti” (messaggistica istantanea), ma la peculiarità di questo social media di micro-blogging rimangono i *tweet*, i messaggi pubblici che vengono condivisi dagli utenti e che vengono pubblicati sulla propria homepage in ordine cronologico inverso.

Ci sono diversi metodi di interazione con gli utenti per cui la biblioteca potrebbe ricevere domande di approfondimento, la cui risposta può essere data in forma privata avviando un “messaggio diretto”, o in forma pubblica rispondendo direttamente sul *tweet*. Avviare o rispondere a una conversazione in modalità pubblica presenta diverse particolarità:

- *Mention*: per menzionare un utente all'interno del proprio tweet, è sufficiente inserire il simbolo “@” unito allo username dell'utente a cui si vuole indirizzare il messaggio: la menzione creerà automaticamente un collegamento diretto al profilo in questione, ed è la modalità con cui si avvia un'interazione pubblica con un altro utente.
- *Reply*: si intende la risposta che viene data al tweet di un utente all'interno della conversazione in cui si viene menzionati o a cui si vuole prender parte. Come la *mention*, consiste nel porre “@” prima dello username per rivolgersi a quell'utente in particolare.

²¹⁵ C. L. YOUNG, *op. cit.*, p. 173.

- Citazione: al fine di identificare la fonte del messaggio a cui si dà credito, si cita l'utente desiderato. Ad esempio: “La biblioteca effettuerà il servizio prestiti fino alle ore 18 <http://> via @username”.
- *Retweet*: questa modalità consiste nel condividere il tweet di un altro utente, per cui all'inizio dei tweet è presente un tasto con la dicitura “RT”.

Una problematica legata a questo social network è relativa ai messaggi in forma privata: questo tipo di interazione infatti non è presente di default su tutti i profili registrati, ma gli utenti possono decidere, a differenza di Facebook, se inserirvi questo tipo di interazione che è vista come un'estensione della reale essenza prettamente pubblica di questo social media. Se ad esempio un utente facesse pubblicamente una domanda alla biblioteca attraverso la funzione *mention* in un tweet pubblico, la biblioteca non sempre avrà possibilità di darvi risposta in forma privata. Al contrario, potrebbe ricevere domande in forma privata se l'utente avviasse la conversazione direttamente dal profilo della biblioteca attraverso l'apposito tasto raffigurante una busta delle lettere, in questo caso la conversazione prenderà il via dalla sezione “messaggi diretti”²¹⁶.

2.6.3 Blog

Il blog in biblioteca può essere utile per offrire tre diverse tipologie di supporto: assistenza informativa all'utenza, la creazione e lo sviluppo del senso di comunità attorno alla biblioteca stessa, e l'estendere del bacino dei possibili utenti²¹⁷.

Forniscono ai bibliotecari un modo per pubblicare periodicamente messaggi, condividere informazioni su un particolare argomento o problema e, se predisposti per

²¹⁶ Sito ufficiale di Twitter, sezione “Messaggi”, consultato il 2019-12-29, <https://twitter.com/messages>.

²¹⁷ B. FIORENTINI, *Quando l'information literacy incontra il web 2.0*, in «Biblioteche Oggi», XXVIII, n. 10, 2010, p. 41; D. FICHTER, *Why and how to use blogs to promote your library's services*, in «Marketing library services», XVII, n. 6, 2003, <http://www.infoday.com/mls/nov03/fichter.shtml>; T. P. BARDYN, *Library blogs: what's most important for success within the enterprise?*, in «Computers in libraries», XXIX, n. 6, 2009, pp. 12-16.

accettare anche contributi esterni, possono ospitare i commenti da parte degli utenti. Questo tipo di piattaforme offrono vari tipi di scambio di informazioni, come raccomandazioni su libri, attività della biblioteca, news, attività culturali, avvisi di seminari e molti altri, consentendo ai bibliotecari di pubblicare messaggi, condividere informazioni su argomenti o problemi particolari e aspettarsi una reazione da parte degli utenti, consentendogli di fornire dei feedback. Tuttavia, questo tipo di social media non è mai realmente decollato in ambiente bibliotecario a causa dell'arrivo dei social network, Facebook in particolar modo, la cui esplosione ha coinciso con l'inizio della parabola discendente dei blog nelle biblioteche²¹⁸. I blog però, anche se attualmente non sono strumenti all'avanguardia, presentano delle diversità strutturali che ne potrebbero differenziare l'utilità rispetto altri social media ai fini del servizio di reference, rendendoli semmai strumenti complementari: se infatti si decidesse di utilizzare sia un social network sia un blog, l'analisi della biblioteca sul loro utilizzo che dovrà a maggior ragione essere ben programmata e lungimirante, vedrebbe i blog più indicati per ospitare dialoghi con gli utenti sulle specifiche risorse della biblioteca, sulle iniziative o sui servizi che si prestino a tale tipo di interazione, lasciando invece ai social network l'efficacia per ampliare la visibilità dei servizi e delle iniziative della biblioteca oltre che per creare intorno alla biblioteca una comunità di utenti sia reali che potenziali²¹⁹.

L'uso dei blog, dev'essere perciò quello di "conversazione" virtuale con gli utenti, per pubblicare informazioni sulla biblioteca, andando a rafforzare quelle caratteristiche del web 2.0 e dei social media che potrebbero fornire qualcosa in più rispetto al tradizionale sito web, come la centralità dell'utente, interattività, partecipazione, costruzione collettiva dei contenuti. Un grande innovazione per i blog è rappresentata oggi dall'utilizzo dei *feed RSS*, una tecnologia mediante cui l'utente riceve in modalità automatica sul suo dispositivo una notifica ogni qualvolta che il blog viene aggiornato²²⁰.

Il blog, risulta essere quindi uno spazio virtuale della comunità della biblioteca, un luogo di incontro virtuale al cui interno possono essere condivise informazioni, si possono fare domande e dare risposte. Se ad esempio una biblioteca accademica creasse un gruppo

²¹⁸ J. MAZZOCCHI, *Blog e social network in biblioteca: strumenti complementari o antagonisti?*, cit., p. 20.

²¹⁹ *Ivi*, pp. 22-23.

²²⁰ R. MORRIELLO, *op. cit.*, p. 15.

di discussione composto da associazioni di studenti, professori o personale tecnico amministrativo, oppure da studenti iscritti allo stesso corso di studi, dalla trascrizione di questa attività si può ottenere una risorsa che la biblioteca può fornire come reference²²¹.

2.6.4 Wiki

I Wiki sono pagine Web aperte che consentono agli utenti approvati di aggiungere e modificare il contenuto di una pagina²²². Con i *wiki* le biblioteche accademiche possono creare collegamenti su un argomento scelto o per una determinata classe, come le informazioni relative ai database pertinenti o suggerimenti di ricerca su misura per quell'argomento²²³. Data la sua caratteristica di ambiente, in ambito bibliotecario lo strumento Wiki può essere utilizzato al fine di creare forme di cooperazione tra²²⁴:

- biblioteche differenti
- bibliotecari all'interno della stessa biblioteca
- bibliotecari e utenti della stessa biblioteca
- gli utenti di una stessa biblioteca.

A differenza dei blog, i contenuti wiki non rappresentano discussioni fra utenti ma informazioni costruite per permanere, di conseguenza questo tipo di piattaforma, che da un lato offre il vantaggio di non richiedere particolari abilità informatiche, presenta lo svantaggio di essere un sistema troppo aperto: al fine di garantire l'affidabilità dei contenuti necessita quindi di controlli nella loro inserzione da parte degli utenti, se la

²²¹ V. FREDA, op. cit., pp. 58-59.

²²² J. L. BOXEN, *Library 2.0: a review of the literature*, in «The Reference Librarian», ILVIII, vol. 1, 2008, pp. 21-34.

²²³ E. KROSKI, *The Social Tools of Web 2.0: Opportunities for Academic Libraries*, in «Choice», ILIV, vol. 12, 2007, pp. 7-17.

²²⁴ B. FIORENTINI, *Wiki in biblioteca*, in «Biblioteche Oggi», XXVI, n. 10, 2008, pp. 17-22.

gestione non è attenta e precisa infatti il wiki corre il rischio di risultare confuso e disordinato²²⁵.

In riferimento al reference, questo tipo di social media possono offrire un “reference pronto”, in particolare aiutando il personale bibliotecario a rispondere alle domande più frequenti e facilitando la condivisione delle informazioni tra il personale stesso della biblioteca.

L'esempio per eccellenza di una piattaforma wiki è Wikipedia²²⁶, l'enciclopedia multilingue online a contenuto libero, curata in modo collaborativo da volontari. Basata su un complesso sistema di editing collaborativo, attualmente vi scrivono sia esperti che semplici amatori con livelli di partecipazione differenti: il controllo di ciò che viene pubblicato viene fatto a posteriori, diventando una conversazione che può essere visualizzata sul sito stesso²²⁷. Wikipedia detiene una posizione dominante con gli utenti di internet, condividendo questo elenco con siti come Google, Facebook e Youtube, e seppur la sua reputazione di “informazione generata da tutti” ha portato ad essere scettici sul contenuto del sito, ha avuto nel tempo anche notevoli risultati positivi come per la creazione di pagine protette, che sono state le risposte di Wikipedia ai problemi nelle sue politiche. In questa situazione i bibliotecari, hanno aperto molte discussioni su come gestire questa risorsa di conoscenza nell'era del Web 2.0: in quanto guide dell'informazione, devono capire i tipi di risorse disponibili online per gli utenti e devono comprendere i pro e i contro di queste risorse, valutare il loro contenuto informativo e formare gli utenti per valutare criticamente le risorse informative basate sul web²²⁸, ma anche realizzare brevi corsi per coinvolgerli nelle attività di elaborazione di voci relative a temi di loro interesse, e magari coinvolgerli nella redazione collettiva di voci su temi

²²⁵ V. FREDA, *op. cit.*, pp. 61-62.

²²⁶ Cfr. A. LIH, *La rivoluzione di Wikipedia: come un gruppo di illustri sconosciuti ha creato la più grande enciclopedia del mondo*, Torino, Codice, 2010; P. DURKE, M. L. BASSI, *Dall'Encyclopédie a Wikipedia Storia Sociale Della Conoscenza*, Bologna, Il Mulino, 2013; D. J. BARRETT, *MediaWiki*, Beijing, O'Reilly, 2009.

²²⁷ R. MORRIELLO, *op. cit.*, p. 17.

²²⁸ J. SNYDER, *Wikipedia: Librarians' perspectives on its use as a reference source*, in «Reference & user services quarterly», LIII, n. 2, pp. 155-163, <https://journals.ala.org/index.php/rusq/article/view/3474/3753>.

specifici mettendo a disposizione le risorse bibliografiche della biblioteca come fonte primaria con cui documentarsi²²⁹. Tra la biblioteca e wikipedia c'è un'affinità dovuta alla stessa natura di diffusione e accesso universale a informazioni e documenti, possibile per i collaboratori di wikipedia dai metodi di lavoro derivati dalla cultura bibliotecaria. *The Wikipedia Library* ne è un esempio: questo servizio, dedicato ai curatori delle voci in Wikipedia, ha l'obiettivo di migliorare la qualità delle voci stesse, mettendo a disposizione un repertorio di fonti ad accesso aperto e un servizio di reference online, sperimentando questo tipo di attività per un'utenza che non coincide necessariamente con quella delle biblioteche. *Wikimedia Foundation*, la fondazione che gestisce i diversi progetti di wiki, ha inoltre stipulato un accordo con molti gruppi editoriali per dare accesso gratuitamente per un anno, a diverse riviste e banche dati online²³⁰.

2.6.5 Instagram

Possiamo riassumere in tre punti le caratteristiche che differenziano questo social network dalle altre piattaforme, la predisposizione ideata principalmente per i dispositivi mobili, che ne consente un uso quasi esclusivamente tramite smartphone o tablet, il vincolo di utilizzare come contenuti condivisi solamente foto e video accompagnati da una breve didascalia, e per ultimo l'interfaccia fortemente semplice e intuitiva che ne determina l'alta interattività.

Instagram con poche semplici icone permette di interagire con gli altri utenti: toccando due volte lo schermo con un dito si esprime un'opinione su un contenuto attraverso i "mi piace", si possono scrivere commenti sotto le foto, è possibile inviare un messaggio per condividere contenuti con altri utenti, iniziare una chat privata tra due o più utenti, ed infine è possibile salvare in un'apposita cartella alcuni contenuti come

²²⁹ S. GIACCAI, *Biblioteche e Wikipedia, prove di collaborazione*, in «Relazioni del Convegno Stelline», *La biblioteca in cerca di alleati. Oltre la cooperazione, verso nuove strategie di ondivisione*, Milano, 14-15 Marzo 2013.

²³⁰ S. BRUNI, B. CALONACI, S. GIACCAI, M. MARGHERI, E. VITI, *Wikipedia (e i suoi fratelli) per fare rete e migliorare i servizi*, in «JLIS.it», IX, n. 3, 2018, pp. 121-131, DOI: 10.4403/jlis.it-12501.

“preferiti”. Tramite il social è possibile inoltre anche creare le cosiddette “Instagram stories”, contenuti istantanei della durata di 24 ore di immagini o brevi video (massimo 15 secondi). Grazie a queste, gli utenti possono condividere le loro esperienze nel momento stesso in cui le stanno vivendo. A giugno 2018, la piattaforma ha lanciato inoltre la IGTV, attraverso cui è possibile creare contenuti video di una durata maggiore di quella standard di 15 secondi, rendendo il social quasi al pari di Youtube²³¹.

Sull'utilizzo di Instagram per il reference al momento non si trova molta documentazione: analizzando gli strumenti che questa piattaforma mette a disposizione, si potrebbe ipotizzare un impiego secondario rispetto ad esempio ad esempio a Facebook, che allo stesso modo offre la possibilità di condividere contenuti e poter avere una conversazione privata tra uno o più utenti, ma offre anche un'interfaccia studiato per essere usato dal pc, dal tablet, e dallo smartphone, risultando di più facile accesso. Se invece si decidesse di utilizzare più social network per il servizio di reference, sarebbe opportuno creare su Instagram un buon piano di marketing che ne giustifichi la presenza della biblioteca sulla piattaforma: un esempio da poco apparso sui giornali e di grande impatto è sicuramente l'iniziativa “Insta Novel²³²” portata avanti dalla New York Public Library che trasforma i classici della letteratura in letture fruibili in verticale tramite le “Instagram stories”, sfruttando illustrazioni, animazioni e testi adattati al formato di un piccolo schermo. Secondo un'analisi recente il suo crescente utilizzo risiede proprio nella possibilità fornita agli utenti di esprimersi e di intrattenere relazioni sociali basandosi sulle fotografie²³³, motivo per cui sembrerebbe più una bacheca online, una galleria di informazioni su nuove acquisizioni o nuove iniziative della biblioteca sotto forma di foto o video, a cui poter dare privatamente spiegazioni eventualmente venissero richieste.

²³¹ M. COLLIER, *Facebook, Twitter & Instagram for seniors*, John Wiley and Sons, New Jersey, formato i-books, pp. 485-517.

²³² NYPL STAFF, *Insta Novels: Bringing Classic Literature to Instagram Stories*, New York Public Library, 2018-08-22, consultato il 2020-01-19, https://www.nypl.org/blog/2018/08/22/instanovels?utm_campaign=instanovels.

²³³ E. LEE, J.A. LEE, J.H. MOON, Y. SUNG, *Pictures speak louder than words: Motivations for using Instagram*, in «Cyberpsychology, Behavior and Social Networking», XVIII, n. 9, 2015, pp. 552-556.

2.6.6 Whatsapp

L'applicazione WhatsApp, sviluppata nel 2009 da Brian Acton e Jan Koum, è un software crittografato *end-to-end*²³⁴, di messaggistica istantanea per smartphone, che utilizza i dati Internet per inviare messaggi di testo, immagini, messaggi audio, video, documenti, posizione dell'utente, contatti e ad altri utenti utilizzando un numero di cellulare, che può essere collegato anche a personal computer tramite un client Web, sotto il nome di “WhatsApp Web”²³⁵.

Una ricerca pubblicata di recente sull'uso della messaggistica di whatsapp in oltre 41 biblioteche in India, evidenzia come l'opinione sul suo effetto per offrire servizi di reference sia positivo per il 97% degli intervistati che vede in esso un servizio efficace e veloce per gli utenti che ne fanno uso²³⁶. All'interno della ricerca vengono elencati i motivi per cui i bibliotecari hanno scelto di utilizzare whatsapp:

- messaggistica gratuita e illimitata,
- possibilità di utilizzo anche sul computer attraverso l'app per Web,
- possibilità di connessione su reti wi-fi,
- possibilità di variare ai messaggi tradizionali con foto, audio o video,
- è una soluzione multiplatforma,
- può essere utilizzato per raggiungere gli utenti della biblioteca tramite la tecnologia con cui hanno più familiarità, i loro telefoni
- può essere utilizzato per raggiungere studenti o genitori che non utilizzano altri metodi di comunicazione, come telefoni fissi ed e-mail²³⁷.

²³⁴ La crittografia *end-to-end* permette ai messaggi inviati o ricevuti di essere visibili solo da mittente e ricevente, senza possibilità di hackeraggio da terze parti; <https://www.ilpost.it/2016/04/07/whatsapp-crittografia-2/>.

²³⁵ Sito ufficiale di Whatsapp, sezione “Info”, *Informazioni su Whatsapp*, consultato il 2019-12-29, <https://www.whatsapp.com/about/>

²³⁶ G. STEPHEN, *The effective use of whatsapp messenger among library and information science Professionals in north east region, india: a study*, (2019). In «Library Philosophy and Practice», n. 2328, 2019, consultato il 2020-01-02, <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/2328>

²³⁷ *Ibidem*.

Tra i lati negativi però, rientrano sicuramente fattori esterni come la connessione a internet o l'infrastruttura tecnologica che ne possono limitare l'accesso.

2.6.7 *La messaggistica istantanea*

La messaggistica istantanea o *instant messaging*, permette un reference virtuale sincrono attraverso brevi messaggi inviati per mezzo di computer, tablet o smartpone collegati a internet. Uno dei principali vantaggi di questa tipologia di servizio è data dalla possibilità che offre sia ai bibliotecari, che possono fornire istruzioni in modalità sincrona restando nelle loro postazioni abituali²³⁸, sia agli utenti, a cui permette di rapportarsi in modo sincrono con il bibliotecario allo stesso modo di come farebbe *face to face*. Un servizio di reference attraverso questa tipologia di servizio, permetterebbe ad esempio un aiuto agli utenti per la consultazione di cataloghi ed archivi per indirizzarli verso la sezione che raccoglie i testi della disciplina o dell'argomento più attinente alla ricerca, offrendo un servizio istantaneo agli utenti che si “perdono” nelle ricerche, attraverso un servizio di aiuto online²³⁹.

Benché anche i messaggi istantanei, come blog e wiki, siano da ritenersi più propriamente una tecnologia “1.0”, in quanto esistono da prima del Web 2.0, possono essere considerati anche di tipo “2.0”, poiché caratterizzati da una natura collaborativa, interattiva e dinamica, coerente con i principi della Library 2.0²⁴⁰.

L’*instant messaging* richiede l’installazione di un software, normalmente disponibili gratuitamente in rete, e una connessione internet: alcune tipologie di messaggistica istantanea, come le chat, sono oggi presenti su diversi social media come Facebook, Instagram e Whatsapp e Twitter. La messaggistica istantanea è caratterizzata dalla brevità dei messaggi, dalla loro consegna istantanea e da un modello comunicativo sincrono: ai

²³⁸ J. MAZZOCCHI, *Istruzione all’uso della biblioteca universitaria: gli strumenti online*, in «Biblioteche oggi», XXIX, vol. 5, 2011, p. 62.

²³⁹ V. FREDA, op. cit., pp. 63-65.

²⁴⁰ J. M. MANESS, *Library 2.0 theory: Web 2.0 and its implications for libraries*, in «Webology», III, n. 2, 2006, consultato il 2020-01-28, <http://www.webology.ir/2006/v3n2/a25.html>.

fini del reference si possono trarre molti vantaggi da questi sistemi, che offrono (oramai tutti) anche la possibilità di scambiare immagini, messaggi audio o video, creare chat di gruppo, la creazione di una rubrica che consenta di mantenere un elenco delle persone e dei gruppi con cui si interagisce. Anche per quanto riguarda l'accesso, ormai la maggior parte delle applicazioni disponibili per smartphone è compatibile con i principali sistemi operativi presenti sul mercato. Dal punto di vista della privacy inoltre, Facebook, Instagram, Whatsapp e Twitter sono protetti dalla crittografia *end to end*, che non permette a terze parti di prendere visione dei messaggi scambiati.

Un altro mezzo fruibile ai fini del reference potrebbe essere quello degli SMS, oggi però poco utilizzati per via della diffusione degli smartphone e quindi dell'avvento del *mobile instant messaging*. Utilizzare gli SMS significherebbe da un lato poter non disporre di uno smartphone collegato a internet, ma dall'altro dover pagare per ogni singolo messaggio inviato, salvo che non siano inclusi nel piano tariffario, e pagare un prezzo ancora superiore per l'invio di eventuali i file non di testo, che trasformerebbe l'SMS in MMS.

2.6.8 *L'intervista di reference e la comunicazione nel reference virtuale*

È certo che parlare di persona o attraverso una chat non sia la stessa cosa, ma mantenere le competenze richieste per una buona intervista di reference tradizionale e qualche accorgimento mirato produrranno sicuramente dei vantaggi consistenti a bibliotecari e utenti.

Gli svantaggi di questa modalità di comunicazione sono infatti riconducibili alla mancanza di segnali visivi o uditivi, alla comunicazione alle volte più laboriosa data dalla digitazione delle parole che richiede più tempo e sforzi rispetto a un'intervista parlata. Le interazioni all'interno di una chat utilizzano un'impronta più informale di quello a cui sono abituati la maggior parte dei bibliotecari, vengono utilizzate frasi più brevi e concise rispetto al parlato e spesso vengono incorporate abbreviazioni comunemente accettate, che comunque può essere meno frequente del previsto a seconda del livello di formalità

utilizzato, proprio come avviene nel discorso parlato²⁴¹: «Economy of phrase is invaluable, along with the ability to break a longer answer into brief one – or two – line parts that can be quickly sent²⁴²». Come per qualsiasi colloquio di reference però, il bibliotecario dovrebbe essere consapevole e sensibile alla formalità dell'utente, senza ovviamente sentirsi obbligato a usare la stessa formalità e delle stesse abbreviazioni.

Mantenere l'utente informato è uno degli aspetti più difficili dell'ambiente virtuale, in cui il bibliotecario deve tenere informato l'utente, per quanto gli è possibile, su quanto sta facendo per le informazioni che gli sono state richieste. Risposte giuste a domande e situazioni più comuni possono essere selezionate da messaggi precedentemente salvati:

- come saluti iniziali;
- richieste di informazioni aggiuntive;
- istruzioni di ricerca;
- messaggi tecnici e consigli all'utente;
- richieste di attesa per sovrannumero di richieste o perché il bibliotecario sta ancora cercando materiale²⁴³.

Secondo uno studio sulla comunicazione attraverso la chat è emerso come i testi lunghi e formali siano stati interpretati dagli utenti come impersonali, implicandone un dubbio riguardo la mancanza di interesse o di abilità nell'intervista da parte del bibliotecario²⁴⁴, che dovrebbe portare attenzione alla forma della comunicazione per evitare di dare un'impronta robotica o svogliata. Una buona pratica al riguardo, è quella di rileggere le trascrizioni delle chat, da cui il singolo bibliotecario troverà utile analizzare lo stile utilizzato nella comunicazione come strumento di autovalutazione, potendolo presentare all'interno della biblioteca stessa come metro di riferimento sulla comunicazione online²⁴⁵.

²⁴¹ M. K. KERN, B. S. WOODARD, *The reference interview*, in L. C. SMITH and M. A. WONG, *Reference and information services: an introduction*, Santa Barbara, Libraries Unlimited, 2016, pp. 86-88.

²⁴² H. BUFF, M. B. ROSS, *Virtual reference training: the complete guide to providing anytime anywhere answer*, Chicago, American library association, 2004, p. 12.

²⁴³ M. K. KERN, B. S. WOODARD, op.cit, pp. 86-88.

²⁴⁴ H. BUFF, M. B. ROSS, op. cit., p. 13.

²⁴⁵ M. K. KERN, B. S. WOODARD, op.cit, pp. 86-88.

CAPITOLO 3

INDAGINE SULL'USO DEI SOCIAL MEDIA DA PARTE DI ALCUNE BIBLIOTECHE ITALIANE

3.1 Le biblioteche statali

L'analisi di come le biblioteche statali²⁴⁶ italiane facciano uso delle piattaforme di social media verrà attuato alla luce delle considerazioni proposte nel capitolo precedente, proponendo una sommaria ricerca qualitativa su alcune di tali biblioteche a cui sono state anche poste domande di reference attraverso i servizi di messaggistica istantanea offerti dalle piattaforme social su cui sono presenti.

Le prime due biblioteche prese in esame sono le due biblioteche nazionali centrali di Roma e Firenze. La Biblioteca Nazionale Centrale di Roma, presente su Facebook²⁴⁷, su Instagram²⁴⁸ e su Twitter²⁴⁹, fa un uso prettamente orientato all'informazione riguardo gli eventi legati alla biblioteca e le informazioni riguardanti i propri servizi, non offrendo servizi di reference attraverso *instant messaging* ma limitando il servizio di virtual reference alle email e alla telefonia fissa. La gestione dei vari social utilizzati, risulta essere sbilanciata più verso Facebook e Instagram, dove sono presenti con omogeneità le informazioni più recenti, mentre la piattaforma Twitter non viene aggiornata dal maggio 2019, nonostante sul sito web venga proposto il collegamento diretto di fianco alle altre due piattaforme. Sulla pagina Facebook è interessante la presenza di un Gruppo, denominato "Roba da archivisti" creato per la condivisione tra gli utenti della biblioteca di

²⁴⁶ La biblioteca statale è una biblioteca gestita direttamente dalla Direzione generale biblioteche e istituti culturali del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, sono complessivamente 46; *Decreto del presidente della Repubblica*, 5 luglio 1995, n. 417, articolo 1, in materia di "Regolamento recante norme sulle biblioteche pubbliche statali".

²⁴⁷ <https://www.facebook.com/bncrm/>

²⁴⁸ <https://www.instagram.com/bibliotecanazionaleroma/>

²⁴⁹ https://twitter.com/bnc_roma

informazioni su eventi e informazioni generali, domande, suggerimenti o perplessità specificamente dedicati al mondo degli archivi. La Biblioteca Nazionale Centrale di Firenze, presente su Facebook²⁵⁰ e su Twitter²⁵¹, presenta i propri principali servizi su Facebook, dove oltre alla pubblicizzazione dei propri eventi e sui propri servizi, diffonde con costanza post riguardanti temi di attualità varia mettendoli in relazione ai libri presenti nella biblioteca, con citazioni e approfondimenti sulle loro collocazioni, utilizzando questo social network come un vero e proprio blog. La biblioteca su questa piattaforma offre anche la possibilità di mettersi in contatto con un bibliotecario attraverso l'*instant messaging*, a cui si riceve prontamente risposta a domande di orientamento e *quick reference* riguardanti ad esempio gli eventi della biblioteca, mentre per le ricerche bibliografiche più approfondite viene preferito l'utilizzo della posta elettronica. La pagina Twitter invece, viene utilizzata principalmente per i *Retweet* dei post di terze parti, compresi quelli ad opera degli utenti, che menzionano la biblioteca.

Tra le altre biblioteche statali, un simile utilizzo delle piattaforme di social media è portato avanti dalla Biblioteca Nazionale Marciana di Venezia, presente sia su Facebook²⁵² che su Twitter²⁵³, dove oltre a tenere aggiornati gli utenti sui propri eventi e sulle proprie iniziative, ha creato dei *tag* che porta avanti con costanza, come ad esempio “#indovinellimarciani”²⁵⁴, creando una forte partecipazione da parte degli utenti. La biblioteca Marciana inoltre, fornisce un primo servizio di reference attraverso la chat di Facebook. Anche la Biblioteca Baldini di Roma e la Biblioteca Nazionale di Potenza fanno uso di questi due social network, ma entrambe fanno un uso costante di Facebook per la condivisione di eventi e iniziative portate avanti dalla biblioteca trascurando Twitter, nel primo caso fermo al 2014 e nel secondo al 2016.

²⁵⁰ <https://www.facebook.com/BNCFirenze/>

²⁵¹ <https://twitter.com/bncfirenze>

²⁵² <https://www.facebook.com/BibliotecaMarciana/>

²⁵³ <https://twitter.com/bibliomarciana>

²⁵⁴ Questo tipo di iniziativa crea degli indovinelli riguardanti il riconoscimento di stemmi familiari, criptogrammi o opere artistiche presenti all'interno del patrimonio conservato dalla biblioteca e a cui vengono date le soluzioni dopo pochi giorni, accompagnandole con la proclamazione dell'eventuale vincitore che per primo ha dato risposta all'indovinello.

Tra le altre biblioteche statali, la Biblioteca Statale Isontina²⁵⁵, la Biblioteca Marucelliana²⁵⁶ e la Biblioteca Riccardiana²⁵⁷ di Firenze, la Biblioteca Nazionale di Cosenza²⁵⁸, la Biblioteca statale Stelio Crise di Trieste²⁵⁹, fanno tutte uso costante del social network Facebook, offrendo informazioni costantemente aggiornate rispetto anche al sito web istituzionale.

Altre biblioteche statali invece sono presenti sui social media ma senza una particolare gestione, lasciando che le pagine abbiano solo lo scopo di mera presenza su un social senza che vengano condivisi post di nessun genere: è il caso, ad esempio, della Biblioteca statale di Cremona²⁶⁰, i cui post sono fermi al 2018, della Biblioteca statale di Lucca²⁶¹, che condivide sporadicamente alcuni post ma senza coerenza rispetto al proprio sito Web istituzionale. In questi ultimi casi, la presenza della biblioteca sui social non parrebbe nascere da un'attenta riflessione e da una programmazione, ma piuttosto dal rincorrere l'ultima moda tecnologica²⁶². Sono altrettante le biblioteche che hanno scelto di non sfruttare anche i social media oltre ai siti Web istituzionali per erogare i propri servizi: la Biblioteca Nazionale di Torino, la Biblioteca Nazionale di Napoli, la Biblioteca Angelica di Roma, la Biblioteca Estense di Ferrara, la biblioteca Braidense di Milano.

Da questa breve analisi emerge come l'utilizzo dei social media da parte di questo tipo di biblioteche sia più orientato al marketing che al reference: il caso della biblioteca Marciana di Venezia è un buon esempio di gestione completa della piattaforma di social media, offrendo un servizio di *quick reference* istantaneo attraverso la chat, una costante condivisione di post e una buona risposta di utenti che risultano essere molto attivi e presenti nei commenti ai post, grazie anche all'utilizzo dei format pubblicati periodicamente con l'uso dei *tag*. Altri casi invece non sono coerenti con il sito Web istituzionale che presenta numerosi eventi rispetto ai pochi postati sulla pagina

²⁵⁵ <https://www.facebook.com/MiBACT.Isontina/>

²⁵⁶ <https://www.facebook.com/Biblioteca-Marucelliana>

²⁵⁷ <https://www.facebook.com/Biblioteca-Riccardiana>

²⁵⁸ <https://www.facebook.com/bibliocosenza/>

²⁵⁹ <https://www.facebook.com/pages/Biblioteca-statale-Stelio-Crise-di-Trieste>

²⁶⁰ <https://www.facebook.com/Biblioteca-Statale-di-Cremona>

²⁶¹ <https://www.facebook.com/pg/bibliotecastatalelucca/>

²⁶² J. MAZZOCCHI, *Blog e social network in biblioteca: strumenti complementari o antagonisti?*, cit., p. 23.

Facebook²⁶³, e non offrono nessun servizio aggiuntivo e nessuna iniziativa che generi curiosità o senso di comunità attorno alla propria struttura.

3.2 Le biblioteche universitarie

L'analisi sull'utilizzo dei social media per le biblioteche universitarie²⁶⁴ verrà attuato alla luce delle considerazioni proposte nel capitolo precedente, proponendo una sommaria ricerca qualitativa anche attraverso l'analisi delle risposte ricevute tramite i servizi di messaggistica istantanea presenti nelle piattaforme social su cui sono registrate e tramite cui sono state poste domande di reference relative ai servizi offerti dalla biblioteca.

Le prime biblioteche universitarie analizzate sono quelle del sistema bibliotecario dell'ateneo Ca' Foscari di Venezia: delle quattro biblioteche solo la biblioteca di Area Economica "BEC"²⁶⁵ e di Area Linguistica "BALI"²⁶⁶ risultano essere presenti sui social media, entrambe su Facebook, ma curiosamente in ambedue le bacheche è presente un messaggio di dicembre 2019 «da gennaio 2020 la pagina Facebook [...] chiude: ringraziamo tutti per averci seguito in questi anni e vi invitiamo a seguire la pagina ufficiale di Ca' Foscari <https://www.facebook.com/cafoscari> dove da ora in poi verranno postati anche gli annunci relativi alle attività della biblioteca²⁶⁷». Questo messaggio, se per la biblioteca BEC che ha sempre gestito la pagina più per la divulgazione di avvisi relativi a chiusure straordinarie o per informazioni sui servizi non ha suscitato reazioni online da parte degli utenti, per la biblioteca BALI ha creato una grande risposta in termine di

²⁶³ È il caso della Biblioteca Statale di Lucca che sul proprio sito web ha un ricco calendario di eventi ma sulla pagina Facebook si limita a pubblicarne solo alcuni.

²⁶⁴ Le biblioteche universitarie, afferenti al Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca attraverso i rispettivi atenei, hanno come obiettivo il supporto alla didattica e alla ricerca, con collezioni specializzate in determinati ambiti disciplinari e servizi innovativi. In Italia sono circa 2200. R. RIDI, *Un mosaico complesso: le biblioteche italiane*, in «Economia della cultura», XIII, n. 3, 2003, pp. 279-286.

²⁶⁵ <https://www.facebook.com/bec.unive/>

²⁶⁶ <https://www.facebook.com/baliunive/>

²⁶⁷ BALI - Biblioteca di Area Linguistica - Università Ca' Foscari Venezia, 2019, Aggiornamento di stato Facebook, 20 dicembre, <https://www.facebook.com/baliunive/posts/2684642924965861>.

commenti e “like” dei tanti utenti che evidentemente avevano molto apprezzato la gestione della pagina nel corso degli anni: essa infatti da anni condivideva molti eventi e articoli attinenti alla propria disciplina universitaria, ma anche un format che aveva riscosso un discreto successo attraverso la creazione di meme²⁶⁸ di ambito linguistico che registravano alti numeri di condivisioni. Da quanto si evince dagli stessi commenti al post la chiusura delle pagine delle biblioteche presenti sui social media è stata decisa dall’amministrazione dell’università Ca’ Foscari, intuibilmente perché pagine come quelle della BALI non si è limitata alle sole comunicazioni di servizio e a alle promozioni delle attività delle biblioteche o dell’ateneo. In questa situazione però, in cui un social media ritengo abbia dato un apporto molto positivo per espandere le attività di *information literacy* e per rafforzare la propria *community*, mi pare poco arguta la scelta di allegare al messaggio di chiusura della pagina un link per rimanere aggiornati su “gli annunci relativi alle attività della biblioteca” che rimandi alla pagina Facebook dell’università stessa, dove vengono postate ogni giorno informazioni relative a tutte le attività dell’ateneo piuttosto che allegarvi un collegamento diretto alla pagina web della biblioteca presente sul sito istituzionale della facoltà.

Una situazione completamente opposta è stata invece registrata nelle biblioteche dell’università di Padova, di cui sono state prese in esame le biblioteche di: Geografia e Scienze Economiche²⁶⁹, Filosofia²⁷⁰, Antichità Arte musica²⁷¹, Storia²⁷², Umanistica Beato Pellegrino²⁷³, Biologico-Medica²⁷⁴, Psicologia²⁷⁵, del Seminario Vescovile²⁷⁶, Ingegneria²⁷⁷, Geoscienze²⁷⁸, Fisica e Astronomia²⁷⁹, Statistica²⁸⁰. Tutte le biblioteche

²⁶⁸ Si tratta di un neologismo, i meme sono contenuti virali in grado di attrarre l’attenzione degli utenti sul web attraverso un video, un disegno o una foto che diventa tale quando la sua «replicabilità», che dipende dalla capacità di suscitare un’emozione, è massima. [www.treccani.it/vocabolario/meme_\(neologismi\)](http://www.treccani.it/vocabolario/meme_(neologismi))

²⁶⁹ <https://www.facebook.com/BibliotecaCaBorin/>

²⁷⁰ <https://www.facebook.com/biblio.filosofia.unipd/>

²⁷¹ <https://www.facebook.com/biblio.liviano.unipd/>

²⁷² <https://www.facebook.com/biblio.storia.unipd/>

²⁷³ <https://www.facebook.com/Biblioteca-Beato-Pellegrino-Universita-di-Padova-334121956694/>

²⁷⁴ <https://www.facebook.com/bibliotecavallisneri/>

²⁷⁵ <https://www.facebook.com/bibliotecametelli.psicologia/>

²⁷⁶ <https://www.facebook.com/bibliotecaseminariopdantica/>

²⁷⁷ <https://www.facebook.com/biblioinge/>

sono presenti su Facebook e qualcuna anche su Instagram, presentando uniformemente una gestione delle pagine costantemente aggiornata con post riguardanti i nuovi arrivi, tutorial sull'utilizzo dei servizi offerti tra cui la ricerca sulle banche date, la condivisione di eventi e la presenza del servizio di reference sincrono attraverso la messaggistica istantanea, per cui ho ricevuto risposte esaustive da nove biblioteche, le quali hanno dato risposta dopo massimo un'ora a una domanda di carattere informativo riguardante la chiusura della biblioteca durante il prossimo periodo pasquale. La biblioteca di Geografia e Scienze Economiche²⁸¹, di Filosofia, di Storia²⁸², di Psicologia²⁸³, sono inoltre presenti sul social network Instagram, dove aggiornano coerente con Facebook i post ma non sfruttano la messaggistica istantanea. La biblioteca Biologico-Medica inoltre offre sulla propria pagina Facebook la possibilità di aver accesso diretto al servizio di reference sincrono attraverso la chat, con una piccola sezione posta sulla destra dello schermo chiamata "Fai una domanda a Biblioteca Vallisneri - Università di Padova" sotto cui sono presenti domande generali: "quanto costa questa scuola/università?", "potete fornirmi maggiori informazioni su questa scuola/università?", "accettate nuovi studenti?", per ognuna delle quali è presente un tasto per avviare una chat. Come per le Biblioteche Statali il servizio di reference sincrono via messaggistica istantanea offerto da queste biblioteche è dedicato a *quick reference* e reference di orientamento, invitando gli utenti a presentarsi di persona telefonare o mandare un messaggio di posta elettronica per ricerche bibliografiche più approfondite.

Anche le due biblioteche centrali dell'Università di Verona, Biblioteca "Arturo Frinzi" e Biblioteca "Egidio Meneghetti" sono presente sui social media. La Biblioteca Arturo Frinzi, presente su Facebook²⁸⁴, Instagram²⁸⁵ e Twitter²⁸⁶, gestisce in maniera

²⁷⁸ <https://www.facebook.com/Biblioteca-di-Geoscienze-Università-degli-Studi-di-Padova-474022765963136/>

²⁷⁹ <https://www.facebook.com/biblio.fisicaeastro.unipd/>

²⁸⁰ <https://www.facebook.com/bibliostatunipd/>

²⁸¹ <https://www.instagram.com/biblio.caborin.unipd>

²⁸² <https://www.instagram.com/biblio.storia.unipd/?hl=it>

²⁸³ <https://www.instagram.com/bibliotecametelli.unipd>

²⁸⁴ <https://www.facebook.com/bibliotecafrinzi/>

²⁸⁵ <https://www.instagram.com/bibliotecafrinzi>

ordinata e uniforme tutti i social media, sfruttando le potenzialità e le peculiarità di ciascuno nel migliore dei modi: i messaggi condivisi su Twitter sono ricchi di interessanti *tag* che fungono da spunti per approfondire gli argomenti trattati relativi a presentazioni di libri o giornate di studio, su Instagram l'informazione ruota attorno a post con immagini dedicate ad eventi e nuove acquisizioni, su Facebook l'informazione è data da post accompagnati da immagini, video e articoli di attualità e attraverso la messaggistica istantanea da cui viene dato un servizio reference di base, con risposte ricevute nell'arco di pochi minuti a domande di carattere informativo riguardanti possibili future variazioni di orario. La Biblioteca Egidio Meneghetti è invece presente solo sul social network Facebook²⁸⁷, aggiornato con circa due post a settimana riguardanti eventi, articoli di attualità e informazioni sui servizi, e attraverso cui è possibile mettersi in contatto con un bibliotecario che risponde nell'arco della giornata.

Tra le biblioteche universitarie presenti sui social media che più hanno attirato la mia attenzione per la completezza con cui offrono i servizi su queste piattaforme spicca la Biblioteca di Ingegneria e Architettura dell'Università di Bologna: presente solamente su Twitter²⁸⁸, è l'unica biblioteca presa in analisi che offra un servizio di reference sincrono attraverso la chat dando risposte piuttosto approfondite su domande di carattere informativo su orario, servizi e eventi, ma anche su domande più complesse come la richiesta di piccole ricerche bibliografiche. Lo scambio di messaggi che ho svolto con questa biblioteca è stato in assoluto il più apprezzato sia per l'accuratezza con cui le informazioni sono state fornite, sia per la velocità e la cortesia che hanno reso lo scambio di messaggi allo stesso livello di un dialogo *face to face*.

Molte delle principali biblioteche universitarie sul suolo nazionale fanno uso costante di Facebook e in rari casi di Twitter o Instagram, ognuna con un'impronta comunicativa differente ma tutte con costanza nella condivisione di post dedicati ai servizi della biblioteca e agli eventi ad essa connessi. La differenza sostanziale è data dall'utilizzo o meno del servizio di messaggistica istantanea per il reference: le biblioteche universitarie che utilizzano questo servizio su Facebook sono diverse, le biblioteche dell'Università di

²⁸⁶ <https://twitter.com/BiblioFrinzi>

²⁸⁷ <https://www.facebook.com/BibliotecaMeneghettiVerona/>

²⁸⁸ https://twitter.com/BIA_UNIBO

Sassari di Scienze Sociali²⁸⁹ e di Medicina e Chirurgia²⁹⁰, la Biblioteca del distretto Biomedico Scientifico²⁹¹ e del Distretto Tecnologico di Cagliari²⁹², le biblioteche dell'Università di Napoli di Area Scienze²⁹³ e di Architettura²⁹⁴, le biblioteche dell'Università di Milano di Filosofia²⁹⁵ e di Scienze Politiche²⁹⁶. Altrettante biblioteche che fanno uso di Facebook solo per la condivisione di post, lasciano invece che l'opzione per l'accesso diretto alla chat sia comunque presente sulla propria pagina, portando quindi l'utente a usufruire di questa possibilità piuttosto che di una telefonata o di una email ma senza che venga mai ricevuta una risposta: è il caso della Biblioteca di Scienze Giuridiche di Sassari²⁹⁷, della Biblioteca "Alberto Malliani" di Milano²⁹⁸, della Biblioteca di Psicologia di Torino²⁹⁹, della Biblioteca ISIA di Urbino³⁰⁰. L'unica biblioteca universitaria che tra tutte ha sostituito l'opzione "invia un messaggio" con "chiama ora" sulla propria pagina Facebook è la Biblioteca e Archivi di Egittologia di Milano³⁰¹, una scelta che risparmia notevolmente il tempo del lettore.

Da questa panoramica sulle biblioteche universitarie emerge la natura più incline al reference con cui vengono utilizzati i social media dalle biblioteche universitarie rispetto alle biblioteche statali: le piattaforme di social media vengono infatti impiegate per rafforzare la propria *community* attraverso eventi e articoli attinenti la propria area

²⁸⁹ <https://www.facebook.com/Biblioteca-di-Scienze-sociali-Antonio-Pigliaru-Università-di-Sassari-92003212449>

²⁹⁰ <https://www.facebook.com/BibliotecaMedicinaChirurgia/>

²⁹¹ <https://www.facebook.com/dbs.unica/>

²⁹² https://www.facebook.com/Biblioteca.Tecnologico.UniCA/?ref=br_rs

²⁹³ <https://www.facebook.com/bib.scienzemfn/>

²⁹⁴ <https://www.facebook.com/Biblioteca-di-Area-Architettura-Università-Federico-II-Napoli-378783768855927>

²⁹⁵ <https://www.facebook.com/BibliotecaDiFilosofiaMilano/>

²⁹⁶ <https://www.facebook.com/BibliotecaDiScienzePoliticheUnimi/>

²⁹⁷ <https://www.facebook.com/BibliotecadiScienzeGiuridiche/>

²⁹⁸ <https://www.facebook.com/BibliotecaAlbertoMalliani/>

²⁹⁹ <https://www.facebook.com/Biblioteca.Kiesow/>

³⁰⁰ <https://www.facebook.com/ISIA-Urbino-Biblioteca-810132272371654/>

³⁰¹ <https://www.facebook.com/Biblioteca-e-Archivi-di-Egittologia-Università-degli-Studi-di-Milano-198497800181599/>

disciplinare che registrano in quasi tutti i casi analizzati una forte partecipazione degli utenti, costantemente attivi attraverso i commenti e le condivisioni, ma anche per istruire l'utenza a sfruttare a pieno le potenzialità della biblioteca stessa. Il servizio di reference sincrono attraverso la chat inoltre è un punto di pregio per le biblioteche che ne fanno uso, ma nel momento in cui non fosse possibile offrire questo servizio sarebbe opportuno eliminare questa opzione dalla propria pagina, sostituendola ad esempio con l'alternativa di chiamata telefonica diretta.

3.3 Le biblioteche pubbliche comunali

L'analisi sull'utilizzo dei social media per il reference nelle biblioteche pubbliche comunali³⁰² verrà attuato alla luce delle considerazioni proposte nel capitolo precedente, proponendo una sommaria ricerca qualitativa anche attraverso l'analisi delle risposte ricevute tramite i servizi di messaggistica istantanea presenti nelle piattaforme social su cui sono registrate e tramite cui sono state poste domande relative ai servizi offerti dalla biblioteca. L'utilizzo dei social media per questa tipologia di biblioteca è quasi la norma, tanto da risultare difficile trovare biblioteche sprovviste almeno di una pagina Facebook, che nella maggior parte dei casi analizzati è la principale fonte di informazione per gli utenti. La differenza sostanziale rilevata dall'analisi di questa tipologia di biblioteche rispetto a quelle statali e universitarie è data infatti dall'uniformità con cui vengono gestite le piattaforme di social media rispetto al sito Web istituzionale.

Le tredici biblioteche riportate in questa indagine rappresentano solo una piccola percentuale del totale nazionale rispetto alle analisi precedente fatte sulle biblioteche statali e universitarie: tra quelle che meglio interpretano l'utilizzo dei social media per il

³⁰² Le biblioteche pubbliche comunali sono create e gestite da una amministrazione comunale per il più ampio uso da parte di tutti i cittadini, l'accesso e il prestito sono aperti a tutti e l'accesso è prevalentemente a scaffale aperto. R. RIDI, *Un mosaico complesso: le biblioteche italiane*, in «Economia della cultura», XIII, n. 3, 2003, pp. 279-286; AIB, *Manifesto UNESCO per le biblioteche pubbliche*, in «AIB Notizie», VII, n. 5, 1995, pp. 1-2, traduzione di Maria Teresa Natale, <https://www.aib.it/aib/commiss/cnbp/unesco.htm>.

reference, gestendo di pari passo sia la pagina Web istituzionale che la piattaforma di social media, spiccano la Biblioteca Comunale di Jesolo, la Biblioteca Comunale di Zero Branco, la Biblioteca Civica di Martellago e la Biblioteca Comunale di Trento³⁰³. Per queste biblioteche la presenza su un social media è giustificata dall'interazione con gli utenti, la creazione costante di eventi culturali e proposte di lettura, la pubblicazione delle nuove acquisizioni e la condivisione di notizie di attualità. La Biblioteca Comunale di Jesolo è presente sulla piattaforma Facebook³⁰⁴ dove pubblica con regolarità eventi organizzati al suo interno che variano da gruppi di lettura, rassegne artistiche³⁰⁵ e workshop dedicati alla calligrafia, ma anche mostre, laboratori e letture per bambini, registrando un gran numero di utenti che interagiscono sui post e che partecipano agli eventi, senza però trascurare la propria pagina Web istituzionale che viene aggiornata di pari passo rispetto alla piattaforma social; la biblioteca offre inoltre supporto a domande di *quick reference* attraverso la messaggistica istantanea di Facebook, da cui si è ricevuta risposta nell'arco di pochi minuti a una domanda di carattere generale riguardo gli orari della biblioteca. Anche la Biblioteca di Zerobranco gestisce con coerenza sia la propria pagina Web istituzionale che le piattaforme di social media su cui è presente, Facebook³⁰⁶ e Instagram³⁰⁷: entrambi i social network vengono aggiornati quotidianamente con post su eventi culturali di vario genere, talvolta anche non gestiti direttamente dalla biblioteca come opere teatrali, e format dedicati alla storia della propria città come “C’era una volta... Zero Branco” dove molti utenti commentano e condividono i post, arricchiti talvolta da poesie di autori locali e foto d’epoca. La messaggistica istantanea è utilizzata su Facebook per fornire brevi informazioni come orari e informazioni su eventi, ma vengono registrate anche diverse risposte da parte della biblioteca ai commenti pubblicati sotto i post pubblici, anche qui di natura prettamente informativa riguardanti ad esempio gli eventi. La Biblioteca Civica di Martellago invece è l’unica presente su tre social network, tutti gestiti uniformemente rispetto anche alla pagina web istituzionale che viene costantemente aggiornata. La

³⁰³ <https://www.facebook.com/bibliotecacomunaleditrento/>

³⁰⁴ <https://www.facebook.com/Jesolo.biblioteca/>

³⁰⁵ “*Incontri d'arte: I pittori del '400*” ripercorre il percorso artistico di Bellini, Vecellio e Tintoretto con la partecipazione di esperti del settore.

³⁰⁶ <https://www.facebook.com/bibliotecacomunalezerobranco/>

³⁰⁷ <https://www.instagram.com/bibliotecazerobranco/>

principale fonte di interazione con gli utenti avviene su Facebook³⁰⁸, ma anche su Instagram³⁰⁹ e Twitter³¹⁰ si registra una partecipazione significativa ai post: la biblioteca pubblica quotidianamente eventi culturali, post riguardanti le nuove acquisizioni o le selezioni di libri riguardanti uno specifico tema³¹¹, un interessante format accompagnato da un *tag* con cadenza settimanale dal titolo “La valigia del lettore”³¹² e le iniziative dei gruppi di lettura della biblioteca. Viene fatto uso della messaggistica istantanea di Facebook per brevi informazioni su orari e informazioni sugli eventi, ma vengono altresì date risposte ai commenti pubblicati sotto i post pubblici, anche qui di natura prettamente informativa riguardanti ad esempio gli eventi. Anche la biblioteca Comunale di Trento gestisce in maniera eccelsa le proprie piattaforme di social media sia su Twitter³¹³ che su Facebook³¹⁴, quest’ultima utilizzata anche per fornire informazioni di *quick reference* attraverso la chat. I post pubblicati quotidianamente sono ben scanditi per la loro natura informativa dall’utilizzo di *tag* come “#NuoviArrivi”, “#OggiInBiblioteca”, “#NonSoloCarta” che propone letture in formato digitale per mezzo di e-book, “#DomandeFrequentiInBiblioteca” che raccoglie una serie di quesiti comunemente posti ai bibliotecari con le dovute spiegazioni e link utili; la biblioteca offre assistenza anche attraverso i commenti pubblici ai propri post.

Dall’analisi su questa tipologie di biblioteca è emersa in molti casi la mancanza di gestione delle pagine Web istituzionali, il più delle volte inserite all’interno del sito internet del comune di appartenenza, ridotte alle sole informazioni di orari di apertura, dei servizi offerti, dei contatti e in alcuni casi dei collegamenti agli opac, rispetto invece a una gestione delle piattaforme di social media dove con costanza vengono creati eventi o

³⁰⁸ <https://www.facebook.com/bibliotecamartellago/>

³⁰⁹ <https://www.instagram.com/bibliotecamartellago/>

³¹⁰ <https://twitter.com/BibMartellago?lang=it>

³¹¹ Nel mese di febbraio sono state organizzate due diverse selezioni, una riguardante la “giornata della memoria”, un’altra i fumetti di Hugo Pratt.

³¹² Questo tipo di format mette a disposizione dell’utente un libro accompagnato da una destinazione segnata su una mappa geografica e un oggetto che ha a che fare anche indirettamente con il libro stesso, suscitando curiosità negli utenti.

³¹³ <https://twitter.com/BibcomTrento>

³¹⁴ <https://www.facebook.com/bibliotecacomunaleditrento/>

informazioni aggiornate, ad esempio, sulle nuove acquisizioni o sugli eventi. È il caso della Biblioteca Comunale di Gazzo che fa uso solamente di Facebook³¹⁵ per comunicare i propri eventi e le proprie iniziative, senza peraltro riuscire a creare nessuna interazione con gli utenti che di rado commentano i post, facendo risultare la pagina sul social network più come sostitutiva della pagina Web istituzionale; la pagina di Facebook inoltre non sembra far uso della messaggistica istantanea, dove non è stata registrata risposta nell'arco di due giorni. Un altro esempio simile è dato dalla Biblioteca Comunale di Caldogno che sul proprio sito Web istituzionale³¹⁶ nella sezione eventi o comunicazioni invita gli utenti a seguirli su Facebook³¹⁷ o Twitter³¹⁸ per rimanere aggiornati sulle proprie novità; rispetto però alla biblioteca precedentemente analizzata il sito Web istituzionale di questa biblioteca è autonomo, non dispone quindi solo di una pagina web all'interno del sito del comune di appartenenza, potrebbe perciò essere sfruttato meglio data anche la natura con cui vengono usate le due piattaforme di social network, aggiornate costantemente con tante iniziative e laboratori, ma senza nessuna interazione con gli utenti che si limitano a lasciare qualche "mi piace". Altre biblioteche che offrono una vasta serie di eventi e iniziative sulla propria pagina Facebook ma poche notizie attraverso la pagina Web istituzionale sono anche per la Biblioteca Civica di Pedavena³¹⁹, la Biblioteca Comunale di Bibbiano³²⁰, la Biblioteca Comunale "G. Ceccarelli"³²¹, la Biblioteca Comunale "Prometeo" di Minerbio³²², la Biblioteca Comunale di Usini³²³, la Biblioteca Civica "Giuseppe Zigaina" di Cervignano del Friuli³²⁴ e la Biblioteca Civica di Brugherio³²⁵.

³¹⁵ <https://www.facebook.com/bibliotecacomunale.gazzo/>

³¹⁶ <http://www.bibliotecacaldogno.it/>

³¹⁷ <https://www.facebook.com/biblioteca.caldogno/>

³¹⁸ <https://twitter.com/BiblioCaldogno>

³¹⁹ <https://www.facebook.com/bibliotecacivica.pedavena/>

³²⁰ <https://www.facebook.com/biblioteca.dibibbiano/>

³²¹ <https://www.facebook.com/laceccarelli/>

³²² <https://www.facebook.com/Biblioteca-comunale-Prometeo-di-Minerbio-150309242665480/>

³²³ https://www.facebook.com/bibliotecacomunale.diusini/?ref=page_internal

³²⁴ <https://www.facebook.com/bibliotecazigainacervignano/>

³²⁵ <https://www.facebook.com/biblioteca.brugherio/>

Per le biblioteche comunali la gestione dei social media non sempre nasce da un'attenta analisi sul loro utilizzo rispetto al sito Web istituzionale: nei casi analizzati emerge come questa tipologia di biblioteche debba necessariamente studiare come gestire la propria presenza su un social media ai fini di tenere attiva e coinvolta la propria *community* e suscitandondo negli utenti l'interesse per recarsi in biblioteca. La creazione di *tag* e format con cadenze settimanali hanno registrato un buon successo nelle biblioteche comunali di Jesolo, Zero Branco, Martellago e Trento, rendendo gli utenti parte integrante dei post sotto cui compaiono molti commenti di curiosità e opinioni dando dinamicità alla biblioteca stessa, che dai social media deve trarre un nuovo mezzo per i suoi fini istituzionali e non un'altra pagina Web su cui condividere staticamente le proprie iniziative.

CONCLUSIONI

Abbiamo visto come i social media offrano un'altra interfaccia attraverso cui gli utenti possano ricevere assistenza in biblioteca, migliorando la comunicazione e la collaborazione e fornendo ai bibliotecari un vantaggio per dare servizi sempre più dinamici. I social media risultano strumenti all'altezza di un servizio reference efficace, ma devono essere interpretati per ampliare e non sostituire e, soprattutto, non contraddire i mezzi comunicativi di cui la biblioteca è già in possesso come il proprio sito web ufficiale. Dalle analisi sulle biblioteche statali, universitarie e comunali è emerso come l'efficacia nell'uso dei social media sia data da una comunicazione "social" e di "conversazione" con i propri utenti, mentre l'elencare informazioni sulla biblioteca, promuovere servizi e pubblicizzare eventi sono tutte funzioni che devono già essere presenti e aggiornate dal sito web istituzionale, con cui i social media non dovrebbero entrare in concorrenza: ai fini dell'accesso dunque gli utenti non devono essere costretti ad usare i social media per ricavare informazioni sulla biblioteca e i canali tradizionali non devono essere trascurati in nessun modo. È fondamentale quindi che l'utilizzo dei social media nasca da una seria riflessione e da una programmazione ben definita, evitando di creare un account per il solo desiderio di seguire una tendenza tecnologica.

I maggiori vantaggi che si possono trarre dai social media in base ai dati raccolti nel terzo capitolo sono dati dalla messaggistica istantanea per il reference sincro, per cui è necessario tenere in considerazione i cambiamenti che comporterà alle modalità del lavoro, come l'adozione di un personale all'altezza anche di tale servizio e una copertura certa negli orari prestabiliti; è altresì importante che se si decidesse di non offrire questo servizio attraverso la chat, si rimuova dalla propria pagina creata sul social media l'opzione per accedervi, presente di default in quasi tutti i social network. Anche l'utilizzo dei *tag* offre un vantaggio agli utenti attraverso il quale hanno sia la possibilità di intuire la natura informativa del post sia quella di accedere all'elenco di tutti i precedenti post pubblicati con lo stesso *tag*. Per sviluppare e mantenere la componente social è importante infine dar voce agli utenti attraverso la creazione di format che suscitino interesse e generino curiosità e voglia di approfondire un dato argomento. Le biblioteche dovrebbero anche considerare di formare i propri utenti secondo i principi generali dell'uso dei social media

per ridurre i rischi etici, integrando ad esempio dei corsi di alfabetizzazione sul loro uso, adottando una politica chiara e inequivocabile pronta a saper reagire in caso di imprevisti per ridurre al minimo qualsiasi impatto negativo: questo implica un monitoraggio costante delle piattaforme di social media scelte.

Bibliografia

- AGHEMO, AURELIO. *Informare in biblioteca*, Bibliografica, Milano, 1992.
- AHENKORAH-MARFO, MICHAEL. AKUSSAH, HARRY. *Information on the Go: Perspective of Academic Librarians on Use of Social Media in Reference Services*, in «International Information & Library Review», IL, n. 2, 2017, pp. 87-96, <https://doi.org/10.1080/10572317.2016.1278190>.
- AIB, *Gruppo di lavoro sulla revisione del Codice deontologico*, in «AIB-WEB», novembre 2013, ultimo aggiornamento il 26 febbraio 2016, a cura di Riccardo Ridi, <https://www.aib.it/struttura/commissioni-e-gruppi/non-piu-attivi/gdeont/>.
- AIB, *Manifesto UNESCO per le biblioteche pubbliche*, in «AIB Notizie», VII, n. 5, 1995, pp. 1-2, traduzione di Maria Teresa Natale, <https://www.aib.it/aib/commiss/cnbp/unesco.htm>.
- BAKKER, TRIX. *Virtual Reference Services: Connecting Users with Experts and Supporting the Development of Skills*, in «LIBER Quarterly», XII, vol. 2-3, 2002, pp. 124-137.
- BARDYN, TANIA P.. *Library blogs: what's most important for success within the enterprise?*, in «Computers in libraries», XXIX, n. 6, 2009, pp. 12-16.
- BARRETT, DANIEL J.. *MediaWiki*, Beijing, O'Reilly, 2009.
- BATS, RAPHAËLLE. *Verso la biblioteca partecipativa. L'uso dei social network nella formazione di nuovi bibliotecari*, in «Biblioteche oggi», "Tendenze", XXXIII, pp. 57-66.
- BIANCHINI, CARLO. *La biblioteca è reference. Definizione, modelli, prospettive del servizio di reference*, in «Biblioteche Oggi Trends», III, 2017, pp. 4-26.
- BECK, SUSAN J.. *The real reference revolution, The digital library user*, in K. E. ANDERSON, V. B. CVETKOVIC (edited by), *Reinventing Reference*, Ala, Chicago, 2015, pp. 27-45.
- BISHOP, WILLIAM WARNER. *The theory of reference work*, in «Bulletin of the American Library association», Vol. 9 (1915), No. 4, pp. 134-139.
- BOXEN, JENNIFER L. *Library 2.0: a review of the literature*, in «The Reference Librarian», ILVIII, n. 1, 2008, pp. 21-34.
- BRUNI, SILVIA. CALONACI, BENEDETTA. GIACCAI, SUSANNA. MARGHERI, MARTINO. VITI, ELISABETTA. *Wikipedia (e i suoi fratelli) per fare rete e migliorare i servizi*, in «JLIS.it», IX, n. 3, 2018, pp. 121-131, DOI: [10.4403/jlis.it-12501](https://doi.org/10.4403/jlis.it-12501).

- BUFF, HIRKO. ROSS, MARY BUCHER. *Virtual reference training: the complete guide to providing anytime anywhere answer*, Chicago, American library association, 2004.
- BURKE, PETER. BASSI, MARIA LUISA. *Dall'Encyclopédie a Wikipedia Storia Sociale Della Conoscenza*, Bologna, Il Mulino, 2013.
- BUSA, ANNA. *Biblioteche e marketing umanistico, una riflessione sulla comunicazione*, in www.annabusa.com, 25 luglio 2019, consultato 2019-12-04, <https://www.annabusa.it/biblioteche-comunicazione-marketing-umanistico/>
- CASSELLA, MARIA. *Comunicare con gli utenti: Facebook nella biblioteca accademica*, in «Biblioteche Oggi», XXVIII, n. 6, 2008, p. 3-12.
- CERON, ANDREA. CURINI, LUIGI. IACUS, STEFANO M.. *Social Media e Sentiment Analysis, l'evoluzione dei fenomeni sociali attraverso la Rete*, Milano, Springer, 2013.
- CHOWDHURY, GOBINDA. MARGARITI, SIMONE. *Digital reference services: a snapshot of the current practices in Scottish libraries*, in «Library Review», LIII, 1, 2004, pp. 50-60. <https://strathprints.strath.ac.uk/2612/1/strathprints002612.pdf>
- CHRISTIANSON, ELIN B.. *Special Libraries: Putting Knowledge To Work*, in «Library Trends», I, 1976, pp. 399-416.
- COLLIER, MARSHA. *Facebook, Twitter & Instagram for seniors*, John Wiley and Sons, New Jersey, formato i-books, pp. 485-517.
- COLLINS, GARY. QUAN-HAASE, ANABEL. *Social media and academic libraries: Current trends and future challenges*, in «Proceedings of the American Society for Information Science and Technology», II, n. 1, 2012, pp. 1-4, <https://doi.org/10.1002/meet.14504901272>.
- CONNAWAY, LYNN SILIPIGNI. FANIEL, IXCHEL M. . *Reordering Ranganathan: Shifting User Behaviors, Shifting Priorities*, OCLC Research Dublin, 2014, <http://www.oclc.org/content/dam/research/publications/library/2014/oclcresearch-reordering-ranganathan-2014.pdf>.
- CONNAWAY, LYNN SILIPIGNI. RADFORD, MARIE L. *Seeking Synchronicity: Revelations and Recommendations for Virtual Reference*, OCLC Research, Dublino, 2011. <https://www.oclc.org/content/dam/oclc/reports/synchronicity/full.pdf>
- DA RE, ANTONIO. *Vita professionale ed etica*, in S. semplici (a cura di), *Il mercato giusto e l'etica della società civile*, Vita e Pensiero, Milano, 2005.
- DEL BONO, GIANNA, VINCENTI RAFFAELLA. *Il servizio di consultazione e reference*, in G. Solimine, P. G. Weston (a cura di), *Biblioteche biblioteconomia: principi e questioni*, Carocci, Roma, 2015, pp. 467-497.

- DEMPSEY, KATHY. *An Historical Overview of Marketing in U.S. Libraries: From Dana to Digital*, in «Marketing libraries journal», III, vol.1, winter 2019, pp. 26-49, consultato 2019-12-03, <http://journal.marketinglibraries.org/march2019/MLJv3i1-26-49.pdf>
- DEMPSEY, KATHY. *How to use marketing in your library*, in “Princh”, edited by PETRA PARASCHIV, 9 agosto 2017, consultato 2019-12-03, [https://princh.com/how-to-use-marketing-in-a-library-kathy-dempseyinterview/ - .XeZz7pNKi36](https://princh.com/how-to-use-marketing-in-a-library-kathy-dempseyinterview/- .XeZz7pNKi36)
- DEODATO, JOSEPH. *Overhyped Fad or Missed Opportunity? A History of Academic Libraries and the Social Web*, in «Journal of Web Librarianship», XII, n. 1, 2018, pp. 1-27, <https://doi.org/10.1080/19322909.2017.1390424>.
- DESCHAMPS, RYAN. *Facebook and rapport*, “The other librarian” (blog), 10-09-2007, <http://otherlibrarian.wordpress.com/2007/09/10/facebook-and-rapport/>.
- DI DOMENICO, GIOVANNI. ROSCO, MICHELE. *Comunicazione e marketing della biblioteca. La prospettiva del cambiamento per la gestione efficace dei servizi*, Milano, Editrice Bibliografica, 1998.
- DRYDEN, ANITA R.. *Libraries and marketing with technology*, in BETH C. THOMSETT-SCOTT, *Marketing with Social Media: a LITA Guide*, Chicago, American Library Association, 2014, pp. 1-24.
- DUBRIN, ANDREW. *Essentials of Management*, Mason, South-Western, 2010.
- ECKLUND, ANGELA. *Ethics in Reference*, in K. A. CASSELL, U. HIREMATH (edited by) *Reference and Information Services: An Introduction*, Neal-Schuman, Chicago, 2013, pp. 371-384.
- ELLEN, KEITH. *Tweet Your Librarian*, “The Sheridan Libraries” (Blog), 2009-08-31, <https://blogs.library.jhu.edu/?s=tweet+your+librarian>.
- FELICIATI, PIERLUIGI. NATALE, MARIA TERESA. *Manuale per l'interazione con gli utenti del Web culturale*, Minerva EC Working Group «Quality, Accessibility and Usability», 2009, http://www.minervaeurope.org/publications/handbookwebusers_it.htm.
- FERRO, LORENZO. *Il servizio informazioni ai lettori: problemi e strumenti*, in M. Bellotti (a cura di), *La biblioteca pubblica: manuale ad uso del bibliotecario*, Unicopli, Milano, 1985, pp. 77-110.
- FICHTER, DARLENE. *Why and how to use blogs to promote your library's services*, in «Marketing library services», XVII, n. 6, 2003, <http://www.infotoday.com/mls/nov03/fichter.shtml>.
- FIorentini, BARBARA. *Wiki in biblioteca*, in «Biblioteche Oggi», XXVI, n. 10, 2008, pp. 17-22.

- FIorentini, BARBARA. *Quando l'information literacy incontra il web 2.0*, in «Biblioteche Oggi», XXVIII, n. 10, 2010, pp. 39-46.
- FOIAIA, LUCA GRIVET. *Web 2.0, guida al nuovo fenomeno della rete*, Milano, Hoepli, 2008.
- FREDA, VINCENZO. *Tecnologia 2.0 in biblioteca. Operazione di marketing o innovazione dei servizi?*, Youcanprint self-publishing, Lecce, 2010, pp. 65-68.
- FULTON, CAMILLA. *Web Accessibility, Libraries, and the Law*, in «Information Technology and Libraries», XXX, vol. 1, 2011, pp. 34-43.
- GALLUZZI, ANNA. *Dove vanno le biblioteche pubbliche? Appunti sparsi*, in «Vedi Anche», XXIV, n. 1, 2014, <http://riviste.aib.it/index.php/vedianche/article/view/10140/9434>.
- GALLUZZI, ANNA. *Il futuro della biblioteca pubblica*, in «Bollettino AIB», XLIV, vol. 1-2, 2006, pp. 93-104, consultato 2020-01-12, <http://bollettino.aib.it/article/view/5139/4906>.
- GANSTER, LIGAYA. SCHUMACHER, BRIDGET. *Expanding beyond our library walls: building an active online community through Facebook*, in «Journal of web librarianship», III, n. 2, 2009, pp. 111-128, <https://doi.org/10.1080/19322900902820929>.
- GARGIULO, PAOLA. *Il ruolo del bibliotecario di reference nell'era digitale*, in «Bibliotime», VIII, vol. 1, marzo 2005, <https://www.aib.it/aib/sezioni/emr/bibtime/num-viii-1/gargiulo.htm>.
- GARRISON, DEE. *Apostles of Cultures: the public librarian and american society, 1876-1920*, Free Press, New York, 1979.
- GATTI, GABRIELE. *Come si traduce Reference?*, con interventi di R. Morriello, A. Petrucciani e R. Ridi, in *AIB-WEB contributi*, 2001-09-04, ultimo aggiornamento 2004-01-22, consultato 2019-09-25, <https://www.aib.it/aib/contr/gatti1.htm>.
- GEMMO, VANESSA. ISARI, DANIELA. *Il Ruolo Manageriale Nell'era Digitale: Cambiamenti in Atto Nelle Organizzazioni e Scenari Futuri Del Ruolo Manageriale*, Torino, Giappichelli, 2018.
- GENTILINI, VIRGINIA. *Facebook: decalogo di stile (e di buon senso)*, “Bibliotecari non bibliofili!” (blog), 10-08-2012, <http://nonbiblioli.wordpress.com/2012/08/10/facebook-decalogo-di-stile-e-di-buon-senso/>.
- GERETTO, PAOLA (a cura di). *Lineamenti di biblioteconomia*, Carocci, Roma, 1998.
- GIACCAI, SUSANNA. *Biblioteche e Wikipedia, prove di collaborazione*, in «Relazioni del Convegno Stellite», *La biblioteca in cerca di alleati. Oltre la cooperazione, verso nuove strategie di ondivisione*, Milano, 14-15 Marzo 2013.

- GNOLI, CLAUDIO. *Il tavolino di Ranganathan*, in «Bibliotime», III, 2010, vol. 3, consultato il 2019-10-28, <https://www.aib.it/aib/sezioni/emr/bibtime/num-iii-3/gnoli.htm>.
- GUERRINI, MAURO. *Il reference come paradigma della biblioteca*, in S. R. Ranganathan, *Il servizio di Reference*, Le lettere, Firenze, 2011, pp. IX-XV.
- GUERRINI, MAURO. *Valori e identità della biblioteca pubblica. Qualche riflessione sull'etica, l'impegno civile e la competenza del bibliotecario*, in «Bollettino AIB», L, marzo/giugno 2010, vol. 1-2, pp. 109-114, consultato 2019-11-13, <https://bollettino.aib.it/article/view/5297/5063>
- GREEN, SAMUEL SWEET. *Personal relations between librarians and readers*, in «Library journal», I, 1876, fasc. 2-3, pp. 3-12.
- HUTCHINS, MARGARET. *Introduction to reference work*, Ala, Chicago, 1944.
- IFLA, *Linee guida per il servizio di digital reference (IFLA Digital Reference Guidelines)*, Sezione Reference Work (Reference Work Section), July 2004, consultato 2019-11-23, <https://www.ifla.org/publications/ifla-digital-reference-guidelines>.
- IFLA, *Professional Codes of Ethics for Librarians*, 2016, ultimo aggiornamento il 14 marzo 2016, [http://www.ifla.org/faife/professional-codes-of-ethics-forlibrarians - iflacodeofethics](http://www.ifla.org/faife/professional-codes-of-ethics-forlibrarians-iflacodeofethics).
- JOO, SOOHYUNG. CHOI, NAMJOO. BAEK, TAE HYUN. *Library marketing via social media: the relationships between Facebook content and user engagement in public libraries*, in «Online Information Review», XXXXII, vol. 6, 2018, pp. 940-955, consultato 2019-12-04, <https://doi.org/10.1108/OIR-10-2017-0288>
- KALIN, SALLY W., *What skills are needed for the next generation of librarians?*, in D. ZABEL, *Reference reborn: Breathing new life into public services librarianship*, Santa Barbara, Libraries unlimited, 2011.
- KATZ, WILLIAM A. *Introduction to reference work*, 4 ed., McGraw-Hill, New York, 1982.
- KERN, M. KATHLEEN. WOODARD, BETH S.. *The reference interview*, in L. C. SMITH and M. A. WONG, *Reference and information services: an introduction*, Santa Barbara, Libraries Unlimited, 2016, pp. 86-88.
- KROSKI, Ellyssa. *The Social Tools of Web 2.0: Opportunities for Academic Libraries*, in «Choice», ILIV, vol. 12, 2007, pp. 7-17.
- LANKES, DAVID R.. *The atlas of the new librarianship*, MIT Press, Cambridge-London, 2011.

- LEE, EUNJI. LEE, JUNG AH. MOON, JANG HO. YOUNGJUN SUNG, *Pictures speak louder than words: Motivations for using Instagram*, in «Cyberpsychology, Behavior and Social Networking», XVIII, n. 9, 2015, pp. 552-556.
- LEONARD, ELISABETH. TEDFORD, ROSALIND. *Marketing and promotion of reference services*, in L. C. SMITH and M. A. WONG, *Reference and information services: an introduction*, Santa Barbara, Libraries Unlimited, 2016, pp. 281-304.
- LEONARDI, CARLA. *Il reference in biblioteca: guida ai servizi d'informazione*, Bibliografica, Milano, 1995.
- LIH, ANDREW. *La rivoluzione di Wikipedia: come un gruppo di illustri sconosciuti ha creato la più grande enciclopedia del mondo*, Torino, Codice, 2010.
- LUGLI, GRETA. *Una panoramica sulla biblioteca pubblica d'oggi*, Brescia, Temperino rosso, 2019, Kindle edition.
- LUO, LILI. *Ethical Issues in Reference: An In-Depth View from the Librarians Perspective*, in «For your enrichment», LX, 2016, fasc. 3, pp. 189-198.
- LUO, LILI. *Models of Reference Services*, in L. C. SMITH and M. A. WONG, *Reference and information services: an introduction*, Santa Barbara, Libraries Unlimited, 2016, pp. 155-178.
- MACK, DANIEL. BEHLER, ANNE. ROBERTS, BETH. RIMLAND, EMILY. *Reaching students with Facebook data and best practices*, in «Electronic Journal of Academic and Special Librarianship», VIII, n. 2, 2007, consultato 2020-01-17, http://southernlibrarianship.icaap.org/content/v08n02/mack_d01.html.
- MANESS, JACK M.. *Library 2.0 theory: Web 2.0 and its implications for libraries*, in «Webology», III, n. 2, 2006, consultato il 2020-01-28, <http://www.webology.ir/2006/v3n2/a25.html>.
- MATTHEWS, BRIAN S.. *Libraries' place in virtual social networks*, in «Journal of web librarianship», I, n. 2, 2007, pp. 71-74.
- MAZZOCCHI, JULIANA. *Blog e social network in biblioteca: strumenti complementari o antagonisti?*, in «Biblioteche oggi», “La biblioteca connessa”, XXXII, vol. 4, 2014, pp. 20-27, <http://dx.doi.org/10.3302/0392-8586-201404-020-1>.
- MAZZOCCHI, JULIANA. *Istruzione all'uso della biblioteca universitaria: gli strumenti online*, in «Biblioteche oggi», XXIX, vol. 5, 2011, pp. 56-70.
- MORRIELLO, ROSSANA. *Web 2.0: la rivoluzione siamo noi*, in «Biblioteche Oggi», XXVIII, n. 3, 2010, pp. 9-30, <http://www.bibliotecheoggi.it/2010/201000300901.pdf>.

- NYPL STAFF, *Insta Novels: Bringing Classic Literature to Instagram Stories*, New York Public Library, 2018-08-22, consultato il 2020-01-19, https://www.nypl.org/blog/2018/08/22/instanovels?utm_campaign=instanovels.
- O'REILLY, TIM *What is Web 2.0. Design patterns and business models for the next generation of software*, 2005, consultato 2019-11-29, <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>.
- OECD, *Participative Web and User-Created Content: Web 2.0, Wikis and Social Networking*, Paris, OECD Publishing, 2007.
- OKOLO, STANLEY EFE. ESERADA, RACHAEL E. *Adoption of social networks media for reference services in academic libraries*, in «Marketing libraries journal», 5-28-2019, consultato 2019-12-29, <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=6158&context=libphilprac>.
- SANDERS, LAURA. ROZAKLIS, LILLIAN. ABELS, G. EILLEN. *Repositioning reference: New methods and new services for a new age*, London, Rowman & Littlefield, 2015.
- SOSULKI, WARISSE NICOLETTE. *Serving the "Somewhere out there" patron: The view from the digital cooperativereference desk*, in D. A. TYCKOSON AND J. G. DOVE, *Reimagining Reference in the 21st Century*, Indiana, Purdue university press, 2015, pp. 231-241.
- PALFREY, JOHN. *Bibliotech: perché le biblioteche sono importanti più che mai nell'era di google?*, Milano, Editrice Bibliografica, 2016.
- PENSATO, RINO. *Il servizio di consultazione*, in P. Geretto (a cura di), *Lineamenti di biblioteconomia*, Carocci, Roma, 1991, pp. 271-297.
- PONELIS, SHANA. *Ethical risks of social media use by academic libraries*, in «Innovation», XLVII, 2013 pp. 232-245, <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=lxh&AN=101170553&site=ehost-live>.
- RANGANATHAN, SHIYALI RAMAMRITA. *Reference service*, Sarada Ranganathan endowment for library science, Bangalora, 1961, trad. di C. Bianchini (Le lettere: Firenze, 2011).
- RANGANATHAN, SHIYALI RAMAMRITA. *The organization of libraries*, Oxford University Press, Oxford, 1963.
- RANGANATHAN, SHIYALI RAMAMRITA. *Library manual, for school, College and Public Libraries (with revised examples of Subject Classification)*, Asia Publishing House, Bombay, 1962.
- RASETTI, MARIA STELLA. *La biblioteca è rock, anzi, fusion*, in «Bollettino AIB», XLIV, n. 1-2, pp. 5-8, <http://bollettino.aib.it/article/view/5130/4897>.

- RIDI, RICCARDO. *Biblioteche & formazione online*, in «Working Papers in Library and Information Science», VII, 2009, ultimo aggiornamento Gennaio 2009, consultato 2019-09-25, <http://lettere2.unive.it/ridi/wplis07.pdf>
- RIDI, RICCARDO. *Deontologia professionale*, AIB, Milano, 2015.
- RIDI, RICCARDO. *Etica bibliotecaria. Deontologia professionale e dilemmi morali*, Editrice Bibliografica, Milano, 2011.
- RIDI, RICCARDO. *I bibliotecari sono stallieri o carrozzieri? Il futuro della professione dopo la rivoluzione digitale*, in “*Biblioteche in trasformazione: giornata di studio Rossi Minutelli*”, Venezia, 4 Dicembre 2013, Venezia, Biblioteca Nazionale Marciana, 2014, p. 42-56.
- RIDI, RICCARDO. *I concetti fondamentali del servizio di reference*, in «Working Papers in Library and Information Science», VIII, 2010, ultima stesura Febbraio 2010, consultato 2019-11-2, <http://lettere2.unive.it/ridi/wplis08.pdf>
- RIDI, RICCARDO. *Il codice deontologico dell'IFLA (e quello dell'AIB): un commento al codice internazionale appena promulgato e una proposta di aggiornamento di quello italiano*, in «Biblioteche oggi», XXX, 2012, vol. 8, pp. 5-8. <http://www.bibliotecheoggi.it/pdf.php?filepdf=20120800501.pdf>
- RIDI, RICCARDO. *In equilibrio fra personalizzazione e standardizzazione. Soddisfare l'utente senza snaturare il ruolo della biblioteca*, in «Biblioteche oggi», 2006, IV, pp. 15-22, <http://www.bibliotecheoggi.it/2006/20060401501.pdf>.
- RIDI, RICCARDO. *La biblioteca come ipertesto. Verso l'integrazione dei servizi e dei documenti*, Editrice Bibliografica, Milano, 2007.
- RIDI, RICCARDO. *La responsabilità sociale delle biblioteche: una connessione a doppio taglio*, in «Biblioteche oggi», XXXII, vol. 3, 2014, pp. 26-41, <http://www.bibliotecheoggi.it/rivista/article/view/81/364>
- RIDI, RICCARDO. *La responsabilità sociale delle biblioteche: una connessione a doppio taglio*, in «Relazioni del Convegno Stelline», *La biblioteca connessa: come cambiano le strategie di servizio al tempo dei social network*, Milano, 13-14 Marzo 2014.
- RIDI, RICCARDO. *Library 2.0. Strumenti 2.0 nelle biblioteche pubbliche (opportunità e rischi)*, data creazione 2012-10-05, data ultimo aggiornamento 2015-12-04, <http://lettere2.unive.it/ridi/library2.htm>.
- RIDI, RICCARDO. *Mezzi, fini, alfabeti: vecchie e nuove filosofie della biblioteca*, in «I nuovi alfabeti della biblioteca. Viaggio al centro di un'istituzione della conoscenza nell'era dei bit: dal cambiamento di paradigma ai linguaggi del cambiamento», atti del convegno di "Biblioteche oggi", Milano, 15-16 marzo 2012, a cura di Massimo Belotti, Milano, Editrice Bibliografica, 2013, pp. 28-53, <http://eprints.rclis.org/19165/>.

- RIDI, RICCARDO. *Un mosaico complesso: le biblioteche italiane*, in «Economia della cultura», XIII, n. 3, 2003, pp. 279-286.
- RIMLAND, EMILY. *Using online social networking tools for reference and outreach*, in D. ZABEL, *Reference reborn: Breathing new life into public services librarianship*, Santa Barbara, Libraries unlimited, 2011, pp. 193-202.
- ROBLES, MARCEL M.. *Executive Perceptions of the Top 10 Soft Skills Needed in Today's Workplace*, in «Business Communication Quarterly», LXXV, vol. 4, 2012, pp. 453-465.
- ROTHSTEIN, SAMUEL. *Reference service: the new dimension in librarianship*, in «College & research libraries», XXII, 1961, vol. 6, pp. 13-14.
- RUSA, *Definitions of Reference*, American Library Association, 29 September 2008, consultato il 2019-10-28, <http://www.ala.org/rusa/guidelines/definitionsreference>.
- RUSA, *Guidelines for Implementing and Maintaining Virtual Reference Services*, originally prepared by the MARS Digital Reference Guidelines Ad Hoc Committee, Chicago, American Library Association, approved by RUSA Board June 13, 2017, consultato 2019-11-23, <http://www.ala.org/rusa/resources/guidelines/virtrefguidelines>.
- SHAFAWI, SHARYNA. BASRI, HASSAN. *User Engagement with Social Media, Implication on the Library Usage: A Case of Selected Public and Academic Libraries in Malaysia*, in «Library Philosophy and Practice» I, 2018, consultato il 2020-01-03, <https://search.proquest.com/docview/2163340923/?pq-origsite=primo>.
- SNYDER, JOHNNY. *Wikipedia: Librarians' perspectives on its use as a reference source*, in «Reference & user services quarterly», LIII, n. 2, pp. 155-163, <https://journals.ala.org/index.php/rusq/article/view/3474/3753>.
- SOLIMINE, GIOVANNI. *Gestire il cambiamento*, Milano, Editrice Bibliografica, 2003
- STEPHEN, G.. *The effective use of whatsapp messenger among library and information science Professionals in north east region, india: a study*, (2019). In «Library Philosophy and Practice», n. 2328, 2019, consultato il 2020-01-02, <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/2328>
- STILL, JULIE M.. *A History of Reference*, in Katie Elson Anderson, Vibiana Bowman Cvetkovic (edited by), *Reinventing Reference*, Ala, Chicago, 2015, pp. 3-12.
- TAMMARO, ANNA MARIA. SALARELLI, ALBERTO. *La biblioteca digitale*, editrice bibliografica, Milano, 2006.
- TAYLOR, ROBERT SAXTON. *Questions-negotiation and information seeking in libraries*, in «College and research libraries», XXIX, 1968, vol. 3, pp. 178-194.

- THACKERAY, ROSEMARY. NEIGER, BRAD. L.. HANSON, CARL L.. MCKENZIE, JAMES F.. *Enhancing Promotional Strategies Within Social Marketing Programs: Use of Web 2.0 Social Media*, in «Health Promotion Practice», IX, vol. 4, 2008, pp. 338-343, consultato 2019-12-03 <https://doi.org/10.1177/1524839908325335>
- TYCKOSON, DAVID. *History and functions of reference services*, in L. C. SMITH and M. A. WONG, *Reference and information services, an introduction*, Santa Barbara, Libraries Unlimited, 2016, pp. 3-26.
- TYCKOSON, DAVID. *On the desirableness of personal relations between librarians and readers: the past and future of reference service*, in «Reference Services Review», XXXI, 2003, Fasc. 1, pp. 12-16.
- VAVREK, BERNARD F.. *A theory of reference service*, in «College & research libraries», XXIX, 1968, vol. 6, pp. 508-510.
- VIGINI, GIULIANO. *Glossario di biblioteconomia e scienze dell'informazione*, Editrice Bibliografica, Milano, 1985.
- WE ARE SOCIAL, *Report 2019*, consultato il 2019-12-01, <https://wearesocial.com/it/blog/2019/01/digital-in-2019>
- XIANGMING, MU. DIMITROFF, ALEXANDRA. JORDAN, JEANETTE. BURCLAFF, NATALIC. *A Survey and Empirical Study of Virtual Reference Service in Academic Libraries*, in «The Journal of Academic Librarianship», XXXVII, vol. 2, 2011, pp. 120-129.
- XIE, IRIS. STEVENSON, Jennifer. *Social media application in digital libraries*, in «Online Information Review», XXXVIII, n. 4, 2014, pp. 502– 523, <https://doi.org/10.1108/OIR-11-2013-0261>.
- YANG, SHARON Q. LI LILI. *Emerging technologies librarian, A practical approach to innovation*, Amsterdam [etc.], Chandos publishing, 2016.
- YOUNG, COURTNEY L.. *Crowdsourcing the Virtual Reference Interview with Twitter*, in «The Reference Librarian», LV, n. 2, pp. 172-174, <https://doi.org/10.1080/02763877.2014.879030>.
- ZAGO, DORIANA. *Il reference digitale in biblioteca*, in «Bibliotime», X, 2007, vol. 3, <https://www.aib.it/aib/sezioni/emr/bibtime/num-x-3/zago.htm>