

Come ci si iscrive???

*A proposito di qualità della comunicazione
in biblioteca*

di Flora Raffa

Date: Tue, 16 Feb 1999 21:44:54 +0100
From: erika.
To: biblio@biblcom.unipr.it
Subject: Come ci si iscrive???

Salve,

sono una studentessa di nome Erika e trovo molto bello che sia finalmente possibile prenotare online i libri delle biblioteche di Parma, peccato che sia impossibile scoprire come fare!

Forse sono stata io a non cercare nel posto giusto, ma la pagina di "help" non è davvero molto esauriente. Si parla di codici di biblioteche e numeri di otto lettere da inserire, ma non si dice come fare ad ottenerli, oppure i famigerati codici sono i numeri delle tessere d'iscrizione alle biblioteche comunali (e i miei non hanno comunque otto lettere). Sinceramente è molto difficile capire quali sono i dati richiesti e come fare per ottenerli, tanto più che in certe biblioteche di Parma quando si va a chiedere informazioni non sanno neppure di cosa si stia parlando: vista l'impossibilità di prenotare un libro della Biblioteca [...] via computer ci sono andata di persona e, dopo avere fatto il prestito, ho chiesto ulteriori delucidazioni al personale, peraltro gentilissimo e molto disponibile [...] la prima impiegata mi ha proposto di fare una nuova iscrizione alla stessa biblioteca uguale a quella che avevo già, ma non sapeva se la cosa avrebbe funzionato perché ero la prima che facesse

una simile richiesta; il secondo operatore ha sostenuto che i cataloghi della biblioteca[...] NON erano online...; il terzo operatore ha fatto una telefonata e ha scoperto che invece c'erano e avevo ragione io, ma non sapeva che bisognasse iscriversi; il quarto, ha detto che faceva tutto la Biblioteca Civica e potevo fare un salto là...magari lo sapevano....

A prescindere dal fatto che io potrei anche non avere il tempo di girare tutta Parma per scoprire l'arcano, credo che sarebbe molto più semplice se la pagina di help offrisse spiegazioni più precise anche su questi argomenti, affinché il servizio, di per sé già ottimo, diventi ancora migliore.

Sperando in una Vostra risposta, grazie
Erika

Questo e-mail, indirizzatomi da una utente del sito delle biblioteche comunali di Parma, mi ha offerto lo spunto per una relazione presentata al Seminario "La qualità in biblioteca", svoltosi a Colorno il 5 marzo scorso, intorno al tema della qualità della "comunicazione" (l'interazione tra un emittente e un ricevente) in biblioteca, con particolare riferimento alla comunicazione "via rete".

In questo messaggio Erika lamenta due carenze, due significative lacune della comunicazione: 1) La co-

municazione diretta con l'utente offerta dalle pagine di help in linea del catalogo è decisamente carente; 2) la comunicazione interna al sistema non è stata efficientemente controllata e gli operatori non sono stati coinvolti a sufficienza nella novità del catalogo in linea su Internet.

Ogni riga scritta nelle pagine offerte all'utente dovrebbe essere letta e riletta, e deve infine risultare chiara e precisa. Anche gli help prodotti dai fornitori di software devono essere ricontrollati e validati dai bibliotecari. Riguardo al secondo punto, occorre dire che le biblioteche comunali di Parma si erano preoccupate di organizzare un corso di formazione per i propri operatori addetti al prestito, ma questo non è stato sufficiente, perché l'utente si aspetta la medesima informazione in ogni punto della rete, ed è indispensabile poterlo garantire.

Erika dice "io potrei non avere il tempo di girare tutta Parma per scoprire l'arcano". Certo sino a due anni fa avrebbe dovuto girare anche solo per sapere quale biblioteca possedeva il volume, ma il progresso genera sempre aspettative maggiori nell'utente. Per nostra fortuna sono ancora pochi gli utenti esigenti quanto lei; coloro i quali sono in grado di utilizzare i servizi della rete sono una minoranza, ma il loro numero cresce rapidamente insieme con le aspettative del cittadino di avere servizi di qualità.

Occorre inoltre tenere presente un altro dato: da una recente indagine condotta da Telecom Italia risulta che l'utente Internet è un forte lettore, con una quantità di libri letti più che tripla rispetto alla media. Il "cybernauta" legge soprattutto narrativa, subito seguita dal genere tecnico-scientifico e, nell'ordine, dalla manualistica e dalla saggistica. Ne consegue che un buon servizio offerto tramite la rete può

condurre in biblioteca molti potenziali utenti, così come è pensabile che gli utenti di biblioteca siano all'avanguardia nell'utilizzo di Internet.

La qualità è misurabile sulla base di diversi indicatori. Le tecniche di valutazione dei servizi sono un tentativo indispensabile di oggettivare un giudizio che per sua natura è soggettivo, giacché la qualità è qualcosa che l'utente percepisce. Ma non è certamente semplice passare da una statistica quantitativa, che poco ci dice della qualità del servizio, ad una stima "ponderata" che si approssima il più possibile ad un giudizio di qualità.

Può contribuire comunque al rafforzamento delle tecniche di valutazione, approfondire l'analisi di un aspetto del rapporto utente/biblioteca che è strettamente connesso al tema della qualità.

Il cittadino giudica il servizio di biblioteca (e ogni altro servizio) per la sua efficacia certamente, ma anche in larga parte in base alla sua esperienza "comunicativa".

La biblioteca infatti comunica col cittadino (utente o non utente) in diversi modi. *In primis* la biblioteca comunica con il suo utente tramite il suo "aspetto fisico". L'accessibilità della sede, la gestione degli spazi, l'arredo, il decoro dei locali, la scelta dei colori, dell'illuminazione, la disposizione dei libri negli scaffali, tutto ciò contribuisce a creare nell'utente sensazioni positive (o negative) che condizionano il suo rapporto con la biblioteca. L'aspetto stesso del personale o degli utenti in sala possono mettere a proprio agio l'utente o viceversa farlo sentire in imbarazzo rendendo più difficile il dialogo.

Ma la biblioteca comunica anche col linguaggio scritto. Le pagine web non sono che una forma più evoluta di uno sforzo di comunicazione con l'utente che ha utilizzato in primo luogo la segnaletica,

quindi depliant, manifesti, cartelloni, ecc. Gli stessi cataloghi possono essere considerati uno strumento di comunicazione/mediazione con l'utente la cui efficacia è da sempre stata direttamente collegata alla capacità di utilizzare un medesimo linguaggio.

La biblioteca comunica, ovviamente, tramite i suoi operatori.

La posta elettronica offre oggi uno strumento fantastico per comunicare direttamente con l'utente che, nascondendosi dietro un semi-ano-

blioteca e il cittadino utente (reale o potenziale).

Ognuno di questi momenti della comunicazione deve essere tenuto sotto controllo, perché il giudizio del cittadino sul servizio è fortemente condizionato dal "successo" o "insuccesso" della comunicazione, dell'interazione con il servizio. Questa comunicazione deve darsi regole precise, esplicitate, che cercheremo di delineare.

Prima vorrei sottolineare altri due aspetti fondamentali del problema.

CARLO MANTOVANI



nimato, è incoraggiato ad esprimere più francamente critiche e lamentele, ma certamente la comunicazione verbale o telefonica resta l'aspetto più significativo.

Infine, la biblioteca comunica tramite i "media". La stampa e la televisione locale si occupano spesso della biblioteca, così come seminari, convegni, iniziative di promozione della lettura sono momenti importanti del colloquio tra la bi-

Il primo era già emerso dal messaggio di Erika: la qualità della comunicazione con l'utente è condizionata dalla qualità della comunicazione interna al "sistema biblioteca". In sostanza, se gli operatori non sanno comunicare tra loro, non possono comunicare correttamente con gli utenti. Se gli obiettivi del servizio non sono esplicitati, se non sono condivisi da tutti gli operatori, il servizio darà ai ➤

suoi utenti messaggi contraddittori e non univoci e la comunicazione ne risulterà disturbata o compromessa.

Gli esempi che si possono fare sono molteplici: capita che gli stessi operatori dimostrino scarsa conoscenza o consapevolezza dei servizi offerti dalle biblioteche in ambito territoriale, spesso perché ancora troppo chiusi in una visione monadica della biblioteca come ente a sé stante, privo di relazioni con il resto del sistema bibliotecario.

Persino quando le biblioteche afferiscono a un medesimo ente si registrano problemi legati a una scarsa comunicazione interna, ad esempio la tendenza a dare interpretazioni difformi dei regolamenti, a "farsi concorrenza", con un impegno che pare teso più ad evidenziare gli aspetti che le differenziano dalle altre strutture anziché incentivare il dialogo e lo scambio di esperienze. Alla base di questi problemi si trova spesso una scarsa programmazione nella differenziazione dei compiti e nella divisione del lavoro tra le diverse biblioteche del sistema.

Qualora invece il sistema sappia comunicare con i suoi utenti come un solo soggetto, amplierà notevolmente le sue possibilità comunicative, impegnando nello sforzo di mantenere viva la comunicazione più persone, luoghi di contatto, mezzi. Per far questo il sistema bibliotecario deve:

- presentarsi sempre come un solo soggetto, con un logo, un nome, un'immagine unica;
- predisporre regolamenti, protocolli, carte dei servizi, al fine di adottare un linguaggio comune e un comportamento uniforme;
- diventare una comunità, incentivando il dialogo tra gli operatori: dove è possibile deve essere promosso e sviluppato il dialogo tramite posta elettronica, soprattutto laddove la dispersione territoriale può costituire un forte limite alle

occasioni d'incontro, debbono essere promossi corsi di formazione comuni tra biblioteche di differente appartenenza (comuni, Stato, università), deve essere favorita la partecipazione a seminari e congressi; ancor più efficace può risultare la promozione di momenti di svago e di vita conviviale: da segnalare a questo proposito l'iniziativa della Provincia di Ferrara che annualmente propone viaggi studio in realtà bibliotecarie estere; occorre considerare la rete non come sistema di tecnologia, ma sempre come una comunità umana, in questo senso sviluppare la rete significa in primo luogo migliorare la comunicazione tra le persone;

- costruire strumenti per la comunicazione: il sistema deve produrre opuscoli, depliant, bollettini quali strumenti di aggiornamento dei bibliotecari e strumenti per il reference, anche indirizzari, elenchi telefonici, elenchi di e-mail che sono strumenti fondamentali per il miglioramento del dialogo; le pagine web sono poi lo strumento più efficace di comunicazione e nello stesso tempo di archiviazione delle iniziative prodotte dalle biblioteche;
- motivare i suoi operatori: poiché al centro è sempre il bibliotecario, che gestisce in prima persona la comunicazione con l'utente, occorre rafforzarne la preparazione e la motivazione, con la formazione, con la partecipazione a corsi, seminari e congressi, introducendo stage e scambi di personale, rafforzando la propensione all'aiuto reciproco.

Solo laddove la comunicazione interna al sistema biblioteca raggiunge livelli alti di qualità, si potranno ottenere buoni risultati nella comunicazione con il cittadino. Se non si è in grado di presidiare la comunicazione interna tanto meno si può sperare di controllare quella verso l'esterno.

Un terzo aspetto del tema "comu-

nicaione" è quello che più tranquillamente si può racchiudere nell'etichetta "marketing della biblioteca". È la comunicazione verso l'ente di appartenenza, verso i "media" e ogni forma di comunicazione indiretta verso l'utenza, tesa a garantire un'immagine positiva della biblioteca. Un sistema bibliotecario non può esimersi dal presidiare la comunicazione verso l'esterno. Una sorta di addetto stampa o responsabile del marketing è una figura professionale che la biblioteca deve saper esprimere al suo interno. Una buona comunicazione con l'ente di appartenenza è indispensabile per l'incremento delle risorse disponibili. Saper pianificare, programmare, valutare i risultati ottenuti è oggi indispensabile per non farsi tagliare il bilancio. Anche la biblioteca può competere con gli "eventi" se sa diventare "evento", se sa promuovere la sua immagine nei confronti degli amministratori. La comunicazione con il cittadino è spesso filtrata dai "media", stampa e televisione locale, e dunque è necessario controllare questa comunicazione, per non dare agli utenti messaggi incompleti e scorretti. Spesso poi dobbiamo constatare che l'informazione non arriva neppure all'interno del sistema biblioteca (gli operatori ignorano le iniziative promosse dalla biblioteca accanto). Come possiamo credere che l'utente sia stato correttamente informato?

Tornando al tema della "comunicazione" con l'utente, mi limito ad approfondire l'aspetto della comunicazione tramite Internet. Ripropongo qui alcuni schemi tratti dal testo *Internet e la comunicazione pubblica* di Alberto Cattani (Roma, Scuola superiore della pubblica amministrazione, 1998).

Quattro sono le condizioni per utilizzare al meglio la rete come strumento di comunicazione con il cittadino:

- 1) pensare a Internet in termini di

servizio, non solo di immagine;
2) lavorare a fondo per costruire, all'interno della struttura, una cultura della rete;

3) non seguire alcuno stereotipo preconstituito, ma trovare i fattori specifici che corrispondono alle particolari esigenze dell'ente;

4) essere flessibili e sapersi adattare all'evoluzione di un sistema che cambia con grande rapidità;

Per una comunicazione efficace ed efficiente tramite Internet occorre:

– esplicitare gli obiettivi istituzionali e definire i benefici offerti all'utente;

– partire da un'analisi dei servizi che si vogliono offrire on line e delle informazioni che si desidera offrire all'utente tramite la rete, pensando al sito web come ad un servizio in più che si attiva e per il quale prevedere oltre alle spese di investimento (costruzione del sito) quelle di aggiornamento e gestione; se la biblioteca non può chiudere senza preavviso, allo stesso modo il sito deve essere mantenuto costantemente in efficienza e aggiornato, altrimenti è molto meglio non crearlo, perché un sito irraggiungibile di frequente o con informazioni errate fornisce una cattiva immagine dell'ente che lo ha prodotto;

– mirare ad offrire agli utenti benefici reali e non essere sulla rete solo perché ora è di moda esservi;

– costruire una strategia di avvicinamento dei cittadini/utenti potenziali; per far questo è importante utilizzare gli altri "media" (giornali e televisioni locali) per pubblicizzare il sito, riportando l'URL in tutta la corrispondenza e nella stampa istituzionale e costruendo una ragnatela di link con gli altri siti del territorio;

– stimolare la partecipazione attiva del cittadino/utente e favorire il *feedback*, coinvolgendo gli utenti nel dialogo, anche tra di loro (*chat*);

– cercare di identificare gli utenti, passando al *direct marketing*, alla



promozione di servizi di reference personalizzati;

– pianificare investimenti di fidelizzazione;

– dopo la costruzione di un sito è fondamentale tenerlo aggiornato continuamente, affinché l'utente cominci ad interagire con l'ente e a fornire informazioni su se stesso;

– acquisire informazioni significative sull'utente (tramite questionari elettronici è possibile conoscere meglio l'utente e fornire un più mirato servizio);

– mantenere sempre viva una relazione continua con l'utenza;

– incentivare la comunicazione diretta coinvolgendo in questo tutti gli operatori del servizio; la gran parte dei siti visualizza una sola e-mail, ma la comunicazione è più efficiente se le e-mail sono tante quante le persone che lavorano in biblioteca. La posta elettronica deve essere usata per tut-

te le comunicazioni interne così da rendere la lettura quotidiana della posta una abitudine: naturalmente solo i servizi capaci di rinnovarsi di continuo hanno sempre qualcosa di nuovo da dire, siti che cambiano poco, non dimostrano che scarsa vivacità e dinamicità dei servizi.

Concluderei con un invito a riflettere su quanto e quanto rapidamente sia cambiata la professionalità del bibliotecario, una delle poche figure professionali che ha realmente raccolto la sfida del cambiamento, la sfida gettata dalla società dell'informazione. L'amministrazione locale è anch'essa oggetto di un rapidissimo cambiamento che ha al centro il tema della partecipazione del cittadino. La biblioteca comunale può essere un cantiere che sperimenta nuove tecniche di comunicazione e partecipazione dei cittadini. ■