

Phil Bradley

***Social media
for creative libraries***

London, Facet Publishing, 2015, 168 p.

Già da un po' di tempo i libri sui social media abbondano. Ce n'è uno per qualsiasi settore disciplinare o argomento: dal marketing alla scrittura creativa, dal giornalismo al commercio elettronico, dalla politica alla bioetica. Poteva mancare un libro sui social media e le biblioteche?

Al di là di alcune parti inevitabilmente scontate, i temi affrontati da Bradley in questo libro – seconda edizione riveduta di *How to use web 2.0 in your library* del 2007 – sono trattati in modo molto accattivante e i tanti esempi di social media offerti al lettore possono risultare, in linea generale, abbastanza utili. Ma il livello di apprezzamento di questo libro dipende, più che mai, dai punti di vista di chi lo legge: il bibliotecario *geek* lo potrà trovare interessante solo nelle parti caratterizzate da un taglio puramente pratico, mentre il bibliotecario poco esperto di Twitter e simili, lo potrà trovare illuminante, anche se forse poco realizzabile nell'immediato. Ad ogni modo, il libro si fa leggere e sicuramente fa il punto su concetti che non possono essere trascurati dal bibliotecario contemporaneo: i social media, se opportunamente utilizzati, sono strumenti preziosi che consentono di realizzare progetti di comunicazione efficaci, agevolano un rapporto più diretto con gli utenti, promuovono tempestivamente i servizi offerti. Ciascuno dei diversi capitoli del

libro, da leggersi sequenzialmente oppure approfondendo solo le parti d'interesse o quelle ricche di spunti utili e pratici, è corredato da link che rimandano a video esplicativi dove l'autore approfondisce i temi trattati; i video sono messi a disposizione nel canale YouTube della casa editrice del libro, la Facet Publishing che – vale la pena ricordarlo – oltre ad essere uno dei più importanti editori specializzati in biblioteconomia e *information science* a livello mondiale, è anche lo strumento di diffusione editoriale del britannico CILIP (Chartered Institute of Library and Information Professionals). Già nelle pagine introduttive, incentrate genericamente su cosa sono i social media e sulle evoluzioni di internet degli ultimi anni, Bradley tiene a specificare uno dei concetti chiave che ritornano con cadenza formulare in tutti i capitoli: nella valutazione che un bibliotecario compie quando vuole far uso dei social media, quello che

conta non è tanto lo strumento che viene scelto, quanto piuttosto l'attività che si vuol svolgere e, soprattutto, qual è l'obiettivo informativo da raggiungere. A completare l'introduzione teorica rispetto al tema del libro, l'autore focalizza l'attenzione sul controllo e sulla validazione delle informazioni presenti sul web veicolate dai social media: l'attività valutativa delle risorse on line è fondamentale in biblioteca, non solo ai fini della messa a disposizione delle informazioni, ma anche rispetto alle pratiche di *information literacy* e al ruolo cruciale del bibliotecario nel far acquisire competenze digitali agli utenti.

I capitoli centrali del libro sono quelli più concreti e si soffermano, di volta in volta, sulle varie tipologie di social media da adottare per attivare un'efficace comunicazione con l'utenza. Bradley offre un ricco repertorio di software, in genere disponibili on line a titolo gratuito, descrivendone nel dettaglio ca-



ratteristiche e funzionalità e insistendo soprattutto sull'attrattiva, anche visiva, di tutti i singoli strumenti analizzati. Il suo imperativo categorico, come si è detto, viene ribadito più volte nel corso del libro e consiste nello scegliere un social media principalmente in base alle necessità contingenti e alle attività che vengono pianificate. E questo vale per tutti gli strumenti che un bibliotecario può decidere di utilizzare: dai motori di ricerca ai bookmarks manager, dagli strumenti per la *content curation* ai programmi per gestire le presentazioni e non "morire di PowerPoint", dalle piattaforme per la formazione on line come i MOOC ai social media più comuni come Facebook, Twitter o Google+, dalle chat ai blog.

Gli ultimi capitoli sono dedicati alle strategie di marketing e di promozione della biblioteca e dei suoi servizi. Anche rispetto a questi temi l'autore ritorna sull'importanza della pianificazione e si sofferma su esempi di strategie di comunicazione efficaci che, di nuovo, vanno calibrate in base alle singole realtà bibliotecarie e agli obiettivi da raggiungere. In conclusione, attraverso questa bussola dei social media per bibliotecari, Bradley offre suggerimenti sia sostanziali che metodologici, ma soprattutto si pone la questione espressa dall'ormai noto refrain "Why do we need librarians now we have the internet and Google?". Le tante possibili riposte che dimostrano l'inconsistenza di questa domanda vanno trovate di volta in volta dal singolo bibliotecario

che, padroneggiando metodologie e strumenti di gestione dei social media, può diventare "creativo" proprio nell'inventare e nel proporre in modo esclusivo e personale nuovi servizi, nuove attività e nuove modalità di comunicazione con gli utenti. Ma, oltre a questo, forse la risposta migliore la fornisce lo stesso Bradley citando il poliedrico autore britannico di *American Gods*, Neil Gaiman: "Google can bring you back 100.000 answers. A librarian can bring you back the right one".

LUCIA ANTONELLI

Biblioteca Albo nazionale
segretari comunali e provinciali
lu.antonelli@libero.it

DOI: 10.3302/0392-8586-201604-075-1

NOVITÀ

Le guide utili per il lavoro in biblioteca



MICAELA MANDER

Come **COSTRUIRE
UN PERCORSO
DI LETTURA PER
I RAGAZZI DELLE
SUPERIORI**



EDITTRICE BIBLIOGRAFICA

Frutto dell'esperienza diretta sul campo da parte dell'autrice, uno strumento prezioso nell'attività professionale di insegnanti e bibliotecari e di tutti coloro i quali, a vario titolo, si occupano di consigli di lettura per i ragazzi della scuola superiore.

ISBN 978-88-7075-868-9 p. 64 € 8,00

**Disponibile
anche in ePub
a € 2,99**

L'autrice

Micaela Mander, docente in istituti superiori, ha pubblicato opere di carattere scientifico e divulgativo nonché contributi in guide per insegnanti. Oltre a collaborare con il *Dizionario Biografico degli Italiani* e il *Saur*, si interessa alla scena artistica contemporanea e collabora con alcuni spazi milanesi e svizzeri e diverse testate di settore.



EDITTRICE BIBLIOGRAFICA

Via F. De Sanctis, 33/35 ▪ 20141 Milano ▪ Tel. 02.84253051 ▪ Fax 02.89515565
bibliografica@bibliografica.it ▪ www.editricebibliografica.it