

Biblioteca – spațiu al informației și cunoașterii

În 1949, ONU decreta în *Declarația Universală a Drepturilor Omului* (articoulul 1)¹⁷ dreptul fiecărui cetățean de pe planetă la informare și comunicare, având ca scop cunoașterea. Definirea acestor două concepte a stârnit unele dispute, întrucât sensul lor este, în același timp, plurivalent și ambiguu. Mai mult, s-a impus ca necesară chiar o disociere între informație și informare. Dacă din multitudinea de definiții ale **comunicării**¹⁸ (peste 20) extragem aceea care conchide că este un proces de transmitere a informației dinspre emițător spre receptor provocând mutații importante, înțelegem că ea este un mecanism fundamental al stabilirii și dezvoltării relațiilor interumane, intrinsec progresului societății. Din acest punct de vedere, biblioteca, ca spațiu public, are ca atribut esențial tocmai comunicarea – comunicarea publică – cu valențe educaționale, culturale, științifice, publicitare etc., și, prin extensie, mediatice (comunicarea de masă). Pe de altă parte, în vreme ce **informarea** reprezintă acțiunea de a comunica (oral; în scris) sau de a se documenta și efectele ei, **informația**¹⁹, ca rezultat al comunicării, reprezintă un anumit nivel de cunoaștere, de interes local sau general, transmise oral (auditiv) sau în scris (sub formă tipărită sau digitală) și înscrise (înregistrate) prin mijloace de comunicare complexe care determină un anumit nivel al cunoașterii. Ea face obiectul unei științe pluridisciplinare – **știința informației** (informării) – care, pornită din spațiul englez, a cunoscut, după înființarea acelei American Society for Information Science (1968), o dezvoltare exponențială, susținută prin structuri instituționale nou create, prin documente-manifest. Aceasta a dus în cele din urmă la conceptul de **societate informațională** al cărei obiectiv este acela de a oferi individului acces democratic la informație și cunoaștere prin intermediul **tehnologiilor informaționale** utilizate echilibrat, a mijloacelor

¹⁷ *Declarația Universală a Drepturilor Omului* (adoptată și proclamată de Adunarea Generală a ONU, 10.12.1948, New York) articolul 18: „Fiecare om are dreptul la libertatea gândirii, conștiinței și confesiunii [...]”; articolul 19: “Orice om are dreptul la libertatea opiniei și exprimării; acest drept include libertatea de a avea opinii fără imixtiune din afară, precum și libertatea de a căuta, de a primi, de a împărtăși informații și idei prin orice mijloace și independent de frontierele de stat”.

¹⁸ Mihai Dinu. *Comunicarea*, București, 1997; Norbert Sillamy. *Dicționar de psihologie*, Larousse, București, 1996; Emilian M. Dobrescu. *Sociologia comunicării*, București, 1998; Aurelian Bondea. *Sociologia opiniei publice și a mass-media*, București, 1997; Denis Mc Quail. *Comunicarea*, Iași, 1999; x x x *Dicționar de sociologie*, Larousse, București, 1996; Sultana Craia. *Dicționar de comunicare*, București, 2001 §.a.

¹⁹ Părintele teoriei informației este Claude Shanon (1916-2001). Căteva cărți publicate pe acest subiect: Yves-François Le Coadic. *Știința informării*, București, 2004; N. George Drăgușanescu, *Știința și tehnologiile informației*, București, 2004 §.a.

computerizate de telecomunicații. Raportul Bangemann²⁰ – *Europa și societatea informațională planetară* –, adoptat în 1994 de ONU, ca document important, stabilea reperele fundamentale ale acesteia, punând accent pe importanța crescândă a infrastructurii informațional-comunicaționale în conturarea spațiului informațional mondial. Scopul este asigurarea unei comunicări informaționale eficiente între cetățeni și accesul larg la resursele informaționale globale.

Profunzimea și complexitatea impactului produs asupra societății umane sunt extraordinare și ele se reflectă în plan cultural (foamea de informație), economic (dezvoltarea unei adevărate industrii a informației), tehnologic (utilizarea largă a noilor tehnologii informaționale și ale comunicării – NTIC), ca și în afaceri, educație, instruire, cercetare etc. Acestea deschid, prin **aspectele pozitive** (mijloace ieftine, rapide, performanțe de comunicare pe magistrale informaționale: internet, transferuri de imagini, videoconferințe, campusuri virtuale și.a.; acces nelimitat la cunoștere, o ofertă uriașă de informații în acces sub diferite forme: textuale, grafice, sonore și.a.), oportunități nebănuite de dezvoltare a societății umane, dacă se are în vedere atenuarea **aspectelor negative** (costuri mari, risc de uniformizare, modelări ale comportamentului uman mai ales la tineri – fenomenul zapping – favorizarea relației om-computer în defavoarea relației interpersonale; calitatea, uneori îndoieifică, a informației de pe magistralele informaționale). Produsele „industriei informării”, în general în formă electronică – CD-ROM (apărute în 1985), bănci de date (în creștere exponențială), programele de calculator documentare – asigură fluxul procesului informațional. Procesul de modelare a societății umane produs de noile tehnologii informaționale și de comunicare asociate cu mass-media, audio-vizuale are forță de tăvălug, impunând, în toate domeniile de activitate, abordări adaptate noii realități – „noii civilizații” – bazată pe triada informație – comunicare – cunoștere, cât și noi mentalități, atitudini, abilități și.a.

□ Biblioteca – sursă principală de informare

Privită în acest context, **biblioteca publică** devine nu numai sursă principală de informare și cunoștere, ci și factor ideal de diseminare a informației și a cunoștințelor stocate, a experienței acumulate, portal către magistralele informaționale, atât prin medierea accesului nelimitat la informație și cunoștere, cât și prin activitatea specifică de îndrumare și instruire în acest sens și de „alfabetizare digitală”. Ea este chemată să găsească soluții la problemele majore etice și legale pe care le ridică utilizarea rețelelor și bazelor de date interconectate: dreptul uman fundamental de acces nelimitat la cunoștere și confidențialitatea unor informații; dreptul uman fundamental la

²⁰ Raportul poartă numele lui M. Bangemann, fost comisar al Uniunii Europene în problema informațională.

cunoaștere și nocivitatea unor informații vehiculate pe magistralele informaționale, mai ales pentru copii – pornografia, intoleranța, violența și.a. – care solicită reglementări; dreptul uman fundamental la cunoaștere și necesitatea verificării autenticității informației de pe magistralele informaționale; dreptul de autor – copyright –, lege care prevede extinderea legitimității proprietății intelectuale și asupra mediului digital și multimedia și.a.

Pentru a oferi publicului larg accesul la imensul volum de informații stocate în biblioteci, aceasta a fost determinată să depășească faza de computerizare și să se înscrie într-o nouă etapă de interconectare.

□ **Biblioteca tradițională – biblioteca virtuală și prevederile IFLA**

Bibliotecile au devenit „forme hibride” care cuprind atât publicații și produse tradiționale, cât și publicații și produse electronice.

Mutările spectaculoase produse de tehnologiile informației în sfera socială și, ca urmare, și în planul cerințelor publicului, au afectat profund biblioteca, impunând reevaluarea și regândirea întregii sale activități, schimbări nu numai de natură tehnologică (informatizare), ci și conceptuală. Ea a fost determinată să-și intensifice și să-și adapteze funcția informațională, mergând pe linia transformării sale în centru de informare, prin deplasarea accentului dinspre resursele informaționale, electronice (statice și de rețea) spre accesul larg al utilizatorilor la informația deținută și pregătirea de specialiști cu „abilități digitale”. Oferta pe computere fiind nelimitată (discuții pe chat, filme, full-text, jocuri electronice, studii, traininguri, licitații, cumpărături, vizitarea diferitor instituții, a unor locuri, a bibliotecilor și muzeelor lumii), biblioteca își construiește și ea o nouă imagine, **biblioteca digitală**, care coexistă cu cea tradițională.

Declarația drepturilor bibliotecilor, elaborată în 1997 de Asociația Bibliotecilor Americane (ALA)²¹ cuprinde o serie de întrebări și răspunsuri vizând noua misiune a bibliotecii și noua sa orientare, determinate de impactul produs de schimbarea mediului informațional, concluzionând asupra necesității de realizare, la nivelul fiecărei biblioteci, a unei strategii care să adapteze misiunea și obiectivele sale la nevoile complexe de informare și cunoaștere ale utilizatorilor reali și potențiali.

Deși produce neliniște și determină imprevizibile discuții contradictorii, **biblioteca digitală**, vrem nu vrem, este o realitate a societății informaționale. O definiție sintetică privește biblioteca digitală ca „o colecție de documente care poate fi accesată prin intermediul calculatoarelor și a rețelei Internet”²². Ea este

²¹ „În calitatea noastră de bibliotecari, suntem obligați să promovăm accesul liber la resursele informaționale. Totuși, multe din întrebările legate de informația electronică nu au un răspuns univoc” (ALA, *Drepturile bibliotecilor publice*, 1997).

²² Hans Hoehl, *Biblioteca digitală în practică în Biblioteconomie. Culegere de traduceri prelucrate*, nr. 4, București, 2001, pp. 23-31.

un spațiu logic, un cyberspațiu, care cuprinde colecții digitale (achiziționate, selectate de pe Internet, distribuite gratuit de societăți științifice, cu taxă – acces pay-per-use) sau digitalizate (de specialistul din bibliotecă), un sistem de deservire informațională, oferind acces de la distanță la informația selectată, organizată și administrată cu responsabilitate, la bazele de date astfel constituite, servicii informaționale și asistență de specialitate în orientarea și utilizarea acestora. Ea nu poate decât să coexiste cu biblioteca tradițională, fiind o extensie necesară a acesteia pe linia modernizării, prin oferirea unei generoase de acces rapid, larg, facil la informații actualizate, de creare a unor noi documente digitale, de comunicare directă cu autorii acestora.

Conferințele IFLA de la Istanbul (1995) și Copenhaga (1997) au dus, în cele din urmă, la crearea unui Comitet IFLA a cărui misiune este supravegherea accesului liber la informație și a libertății expresiei (FAIFE).

În **biblioteca digitală – virtuală, electronică** – se află deopotrivă confirmări de localizări privind documentele tipărite, cât și documente tipărite pe suport electronic (document WEB) care pot fi depistate, salvate și aranjate într-o ordine pe serverul local.

Instrumentele sunt, în primul rând, sursele de informare de pe **Internet**, urmate de **bazele de date și cataloagele on-line** (care fac trimiteri spre sursele primare), **documente WEB** (hiperlink-uri; informații propriu-zise; documente on-line cu pagini web informative; publicații electronice propriu-zise). O serie întreagă de documente de bibliotecă din spațiul real al acesteia se regăsesc și pe Internet ca reeditări electronice. Însă mareea majoritate a documentelor tipărite electronic nu se găsesc și în spațiul real. Biblioteca reală este cea care asigură acces la aceste informații, în mod gratuit, punând la dispoziția utilizatorilor stații de lucru automatizate, prin care pot avea acces la baze de date și publicații on-line. Acestea nu sunt, în general, stocate în cataloagele bibliotecilor, cum sunt cataloagele publice on-line ale bibliotecilor. Un model de bibliotecă digitală îl reprezintă California Digital Library (CLD), cu accesul publicului din 1999, care a stocat informația pe web, formându-și, astfel, propriile cataloage și baze de date și propriul sistem de căutare, instrumente necesare, întrucât, se știe, Internetul este o listă nestructurată. „Lumea a devenit un calculator electronic [...] ca într-un vats roman științifico-fantastic” – apreciază Mc Luhan, elementul-cheie al acestui sat mondial informațional trebuind să devină biblioteca. Noile tehnologii de difuzare a informației – CD-ROM, OPAC, Internet – mută accentul pe funcția bibliotecii de diseminare a informației.

În acest caz, majoritatea bibliotecilor întâlnite pe **www** sunt într-o anumită măsură și digitale: cataloagele electronice și bazele de date furnizate privind colecțiile de documente tipărite ale bibliotecilor și trimiterile spre documentele electronice de căutare – catalogul public on-line (OPAC). Lor li se adaugă informațiile despre diferite servicii oferite pe **www**: împrumut local și interbibliotecar; serviciu de împrumut pe Internet; cataloage, liste de periodice, instrumente de căutare pe Internet etc.

Privită din acest punct de vedere, biblioteca digitală se conturează ca un serviciu separat al unei biblioteci. Acest serviciu digital cuprinde: propriul OPAC, bazele de date ale bibliotecii pe CD-ROM, bazele de date de pe Internet, revistele electronice (contra-cost, în cea mai mare parte), documentele digitalizate retrospective de bibliotecă, alte documente digitalizate (dissertații și.a.), documente audio-video. Biblioteca digitală, cu scop precis de a răspunde nevoilor de informare ale utilizatorilor, poate servi și ca mijloc de informare și comandă privind achiziția de titluri.

Medierea informației și biblioteca

Între structurile instituționalizate și serviciile (publice sau private) care au ca obiectiv medierea informației, biblioteca are un rol important în identificarea, selectarea, stocarea, gestionarea și diseminarea informației, oferind servicii performante de referințe digitale, de informare locală de interes comunitar, de informare curentă, de informare și documentare internațională. În această idee au fost create Centre de informare comunitară (CIC) și Puncte de informare și documentare ale Consiliului Europei, Puncte de informare OSIM și.a. Întâlnindu-se până la un anumit punct al activității ca serviciu de informare curentă (standarde, produse, informații generale), de informații complexe (liste de articole comentate și adnotate și.a.), de informații oferite prin selecție de legături spre site-uri, centrele de informare comunitară din biblioteci și cele care funcționează pe lângă primării se despart în alt punct. Este evident că sursele și serviciile informaționale oferite de primele sunt cu mult mai complexe și focusate pe cerințele publicului țintă, obligatoriu, însă ele necesită să fie conectate. CIC-ului își adaugă serviciul de informare și documentare (care cuprinde gestionări ale unui mare volum de informații al instituțiilor), serviciul de relații cu publicul (care reprezintă interfața instituției) și, inclusiv, de relații cu presa și.a.

Serviciile de consultanță în domeniu, prestate de instituții specializate în informare și documentare – Centrul de Informare Europeană (C.I.E.); Biroul UNESCO; Centrul European pentru Învățământ Superior; Centrul de Informare al Comisiei Europene; Centrul de Informare și Documentare al Comisiei pentru Tineret; Centrul Național de Informare și Documentare (I.N.I.D) și.a. – reprezintă tot atâtea oportunități de colaborare cu bibliotecile. Între factorii care mediază informația (servicii de documentare, agenții de știri, departamente de relații cu publicul ale diferitelor instituții, institute și centre de documentare, centre de informare de pe lângă primării), **bibliotecile** comunică cel mai mare volum de instrumente de informare stocate și gestionate responsabil. Ele sunt, în egală măsură, **centre ale activităților comunitare**, dar și **centre de informare** pentru comunitate (acumulare și diseminare de informații), de susținere a învățământului, pentru cultura generală (atingerea de obiective educaționale), de **educație** independentă (deprinderi și abilități de utilizare a surselor de informare), de **acces la cunoaștere** a preșcolarilor, de difuzare a

documentelor de interes larg pentru public, **centre de referințe** (informații utile actuale, exacte), **centre de cercetare** etc.

Biblioteca publică reușește să îndeplinească toate aceste misiuni prin:

- **servicii de bază:**

- resurse materiale (cărți, periodice, audio-vizuale, documente electronice etc.);
- resurse și condiții favorabile activității (săli de lectură, CIC, Centrul marketing, Centrul Internet, Sală de referințe, Mediatecă, săli de împrumut la domiciliu, puncte de împrumut etc.);
- resurse privind personalul și asistența de specialitate (calitate: competențe speciale, cunoștințe, amabilitate).

- **activitățile de susținere:**

- administrație – strategii manageriale;
- selecție și achiziție de documente, echipamente de bibliotecă;
- servicii tehnice (indexare, catalogare, descriere bibliografică în sistem automatizat etc.);
- relații cu publicul și.a.

- **programe specifice:** programe cultural-educaționale (axate pe categorii de vârstă, de tipuri de utilizatori, de sfere de interes, în parteneriat cu alți factori educaționali), proiecte științifice și culturale cu finanțare europeană.

Internetul este o sursă de informare și documentare cu un impact uriaș asupra bibliotecilor, fiind utilizat pentru accesarea și diseminarea informației la cerere. Înființat în 1969 în America, el a produs o adevărată explozie informațională. Realizarea unor rețele locale interconectate a dus la crearea unui veritabil cyberspațiu care deține un extraordinar volum de informații, un „megapolis digital”.

Alături de Internet, există și alte rețele: Eunet, Sprint, Bitnet și.a. Navigatorii pe Internet formează, însă, o vastă comunitate, întrucât acesta oferă servicii extrem de solicitate:

- *poșta electronică* (e-mail) – mesaje trimise și recepționate rapid, simplu, cu cheltuieli minime;
- *serviciul Telnet* – întrebuințat pentru utilizări de la distanță; accesarea catalogelor și diverselor informații puse pe Telnet de unele biblioteci;
- *serviciul FTP* (File Transfer Protocol) – înlesnește transferul de fișiere între computerele conectate între ele;

- *www* (world wide web) – o interfață multimedia care are la bază conexiunile de texte – tehnologia hipertext – cel mai utilizat serviciu Internet.

În afară de serviciile amintite, mai există Gopher, Wais, Z3950 etc.

Conecțarea la hipertext se realizează respectând un anume protocol: HTTP (pentru transfer) și HTML (limbaj de scriere a documentelor în web).

Căutările în această „autostradă a informației”, Internetul, se referă la informații curente (adrese, telefoane etc.) sau la informații complexe (anumite subiecte) – mai dificile, ele solicitând, însă, strategii combinate care vizează utilizarea altor instrumente (fondurile bibliotecii).

Regăsirea informației stocate în bazele de date se face prin motoare de căutare (Search engines). Acestea stochează în memoria lor un număr imens de pagini web. Cele mai importante instrumente de căutare a informației pe web sunt *Alta Vista*, *Lycos*, *Excite*. Există două tipuri de motoare de căutare:

- care urmează modelul directorului (arborele) de subiecte (un ghid web) și subsubiecte (ex. Yahoo, Google etc.);
- care urmează modelul indexului de căutare după cuvinte-cheie – pagina web – listă de locații (Lycos, Alta Vista, Web, Crawler etc.).

În autostrada informației de pe Internet, Biblioteca își are locul său bine stabilit.

Biblioteca publică și comunitatea

□ Definiție

Văzută ca „sferă publică”, **biblioteca publică** este, într-adevăr, un serviciu care se adresează unei comunități. Ideea de *sferă publică* a fost lansată de filosoful german Jürgen Habermas (n. 1929), îndrumător al „Școlii de la Frankfurt” (de orientare marxistă), în 1962. Dar noțiunea ca atare era folosită în Europa încă din anii 1780-1800 pentru a desemna grădini publice, școli publice, biblioteci publice (populare).

Recunoașterea internațională a rolului bibliotecii publice a fost instituită de UNESCO. Biblioteca publică – se arăta într-un raport al Asociației Bibliotecarilor Americani (ALA) din 1946 – „face parte din însăși structura socială și trebuie să se modeleze în funcție de aceasta, răspunzând intereselor întregii colectivități în mijlocul căreia este amplasată”. Sub auspiciile UNESCO s-a lansat, în 1972, *Charta Cărții* în care este recunoscut rolul bibliotecii de serviciu public și importantă resursă națională.

În definiția dată în *Manifestul IFLA*, publicat de UNESCO în 1994, **biblioteca publică** este „un portal local spre cunoaștere, un instrument esențial pentru educația permanentă, pentru luarea unor decizii în mod independent și pentru dezvoltarea culturală a individului și a unor grupuri sociale”, pus în față unor provocări majore, funcție de modul cum va ști să soluționeze acestea depinzând viabilitatea sa. Loc „de interacțiune socială” și pentru „schimbarea intelectuală”, **biblioteca publică** trebuie să devină portal către informația electronică. De biblioteca publică – se subliniază în același document UNESCO – „sunt responsabile autoritățile locale, naționale [...]”. Ea „trebuie să fie o componentă esențială a oricărei strategii durabile în domeniul culturii, asigurării informației, alfabetizării și educării”.

În *Manifestul UNESCO pentru biblioteca publică* (1994), se stabilește, aşadar, că aceasta este „poartă de acces la cunoaștere” și că „îndeplinește condițiile fundamentale necesare învățării la toate vârstele vieții”, luările deciziilor în deplină interdependență și dezvoltării culturale a indivizilor și grupurilor sociale, că este „instrument esențial pentru educația permanentă”.

Manifestul UNESCO acordă bibliotecii publice rolul de forță vie în serviciul educației, culturii, informării și ca instrument esențial al dezvoltării păcii și progresului spiritual, prin acțiunea sa asupra spiritului oamenilor. El stipulează gratuitatea serviciilor bibliotecii publice și adresabilitatea către minoritățile lingvistice, persoanele cu handicap, spitalizate sau aflate în închisori, accesul, indiferent de vîrstă, la toate serviciile bibliotecii, la orice tip de suport de informare, la toate tehnologiile moderne, cât și la documentele tradiționale.

O definiție atotcuprindătoare prezintă **biblioteca publică** astfel: „O organizație constituită, susținută și finanțată de comunitate, fie prin autoritățile locale, regionale sau naționale, fie prin alte forme de organizare comunitară. Ea oferă acces spre cunoaștere, informație sau opere ale creației, prin intermediul unui șir de resurse și servicii și este în mod egal disponibilă tuturor membrilor comunității, indiferent de rasă, naționalitate, vîrstă, sex, confesiune, limbă, condiției fizice sau mintale, statut economic, loc de muncă, nivel de studii.”²³

Recunoscute ca fenomen mondial (întrucât se regăsesc în diferite colțuri ale planetei, pe diferite stadii evolutive ale societății umane), **bibliotecile publice** s-au bucurat de apreciere internațională începând cu anul 1946, grație eforturilor depuse de ALA (Asociația Bibliotecarilor Americani)²⁴ și programelor UNESCO – care au cuprins în primă fază (1946-1950) o serie de inițiative europene²⁵, iar în a doua fază (1950- ...) proiecte regionale aplicate în câteva țări²⁶, precum și colecții de publicații UNESCO²⁷ de importanță capitală pentru biblioteci.

Editarea de către IFLA, sub auspiciile UNESCO, în 1973, a unor standarde pentru bibliotecile publice, reeditarea lor în 1977, înlocuirea cu *Liniile directoare pentru bibliotecile publice* în 1986, au constituit pași esențiali în susținerea bibliotecilor publice, dar ele au fost depășite de valul spectaculos al tehnologiei informării. În 1994, apare, ca urmare, a treia versiune a *Manifestului IFLA / UNESCO pentru bibliotecile publice*, tradus în peste 20 de limbi. Prin acesta se instituie rolul lor important în procesul încadrării individului în sistemul comunicării globale și în reducerea așa-numitei „divizări digitale”, grație accesului democratic la publicații și tehnologiile informării,

²³ x x x Biblioteca Publică. *Liniile directoare IFLA / UNESCO pentru dezvoltare*, Chișinău, Editura Epigraf, 2007, p. 12.

²⁴ „Biblioteca publică – se arată în *Raportul ALA din 1946* – nu este o instituție care plutește la suprafața societății pentru a fi utilizată din când în când ca refugiu intelectual. Ea face parte din însăși structura societății și trebuie să se modeleze în funcție de aceasta, răspunzând intereselor întregii colectivități în mijlocul căreia este amplasată! (ALA. *Buletin* 40, nr. 11, nov. 1946, p. 418, versus: Mircea Regnacă. *Studiu de biblioteconomie*, Constanța, Editura Ponto, 2001, p. 98).

²⁵ Între inițiativele europene UNESCO se înscriv: Seminarul de la Manchester și Londra din 1948, care constituie prima reuniune internațională pe problema bibliotecii publice; Conferința internațională din Danemarca din 1949, pe problema educației adulților, și elaborarea primului Manifest UNESCO în sprijinul bibliotecilor publice; Seminarul din Suedia, din 1950, pe problema rolului bibliotecii publice și care a elaborat un Document istoric în acest sens; publicarea în 1972 a celui de-al doilea Manifest UNESCO privind importanța bibliotecii publice, sub forma unui afiș etc.

²⁶ Între proiectele regionale au figurat cele implementate în Brazilia (1951), în Nigeria (1953), în India (1955), care au demonstrat că biblioteca publică este un element inseparabil procesului educațional.

²⁷ Două sunt colecțiile UNESCO în care au apărut lucrări de mare însemnatate pentru lumea bibliotecară: *Manuels bibliographiques de l'UNESCO*; *Manuels de l'UNESCO à usage des bibliothèques*.

inițierii membrilor comunității în utilizarea serviciilor informatizate, a computerului, implicării în programele de eradicare a analfabetismului și.a.

Misiuni și valori

Misiunile bibliotecii publice sunt deosebit de complexe și ele se referă la:

- *Satisfacerea necesităților de educație* prin consilierea beneficiarilor în direcția utilizării resurselor educaționale, cooperare cu instituții educaționale diverse și realizarea de cluburi de lectură și dialog, crearea unor condiții de stimulare a procesului de instruire;

- *Asigurarea accesului la informație și la tehnologiile informării, a libertății intelectuale* – drept fundamental al individului (stipulat în *Declarația Universală a Drepturilor Omului*, adoptată de Adunarea Generală ONU, din 10.12.1948, New York, art. 18/19) –, biblioteca publică având rol fundamental în *colectarea, organizarea, valorificarea informației*, în înlesnirea accesului la o serie întreagă de resurse informaționale, în procesul de vehiculare a „informației formale” (o serie de documente secundare: cataloage de cărți, periodice, reviste de referate, reviste de citate, reviste de sumare, bibliografii, indici și.a.) și a „informației informale” (baze de date, comunicări la reuniunile științifice și.a.);

- *Împlinirea personalității individului*, prin „oferea oportunităților pentru dezvoltarea creativă” (din *Manifestul UNESCO*) în cadrul vastului proces de educație permanentă;

- *Acoperirea cerințelor locale de informare* prin servicii locale, prin colectarea informației cu vizibil caracter local și punerea ei în accesul direct al comunității;

- *Dezvoltarea culturală a comunității, susținerea și modelarea identității* acesteia prin programe realizate cu parteneriate valoroase;

- *Implicarea în plan social* prin rolul însemnat pe care poate să-l joace, acela de „salon comunitar”, spațiu public al comunicării și socializării;

- *Exercitarea rolului de agent al schimbării*, prin oferirea sa culturală, educațională, informațională, adaptată permanent la mutațiile din plan social, științific și.a.;

- *Funcționarea ca factor influent al promovării culturii locale*, prin diferite mijloace specifice (inițierea și ținerea la zi a colecției de istorie locală, editarea unor materiale de interes local, implementarea unor programe interactive pe o tematică de interes local și.a.).

Vorbind despre rolul bibliotecii publice, Andre Maurois afirma (în cartea „*La bibliothèque publique et sa mission*”, realizată la cererea UNESCO) că nimic nu este „mai important pentru oameni decât aceste instrumente (documente de bibliotecă, n.n.) de perfecționare, de evaziune și descoperire care

transformă viața și fac să crească valoarea socială a individului. Singurul mod de a-l realiza este biblioteca publică.”²⁸

◊ **Misiunile-cheie ale bibliotecii publice = *informatizare, alfabetizare, educație și cultură, socializare și comunicare* (i.a.e.c.s.c.)** – sunt axate pe câteva obiective:

- crearea obișnuinței de lectură de la cea mai fragedă vârstă;
- susținerea învățământului de toate gradele și autoformării;
- susținerea evoluției creative a individului prin mijloace specifice;
- stimularea gustului pentru arte și respectului pentru patrimoniul cultural;
- medierea accesului la diferite forme de expresie culturală și artistică;
- asigurarea accesului la informația de toate categoriile;
- furnizarea de servicii informative aplicate, necesare diferitelor instituții, întreprinderi, ONG-uri;
- sprijinirea programelor de alfabetizare etc.

Legea bibliotecilor din 2002 stipulează o multitudine de atribuții ale bibliotecilor publice județene (și municipale) între care: achiziționarea tuturor categoriilor de documente neapărat necesare în activitatea de informare și lectură la nivelul comunității locale precum și organizarea Depozitului legal local de documente; coordonarea activității bibliotecilor publice de pe teritoriul județului respectiv; elaborarea și editarea bibliografiei locale curente, a unor materiale de specialitate; alcătuirea bazelor de date, organizarea centrelor de informare comunitară, cooperarea cu autoritățile administrației publice locale și cu organisme nonguvernamentale în direcția susținerii procesului educației permanente; elaborarea de norme privind funcționarea bibliotecilor publice din rețeaua județeană, realizarea de filiale (biblioteci de cartier) și în afara granițelor țării pentru comunitățile românești s.a.

Biblioteca publică face parte din spațiul public al informării și comunicării, cum afirmă Bernard Floris, Bernard Miège, Isabelle Paillart în volumul colectiv *Spațiul public și comunicarea* (Iași, Polirom, 2002).

Noile tehnologii și comunicarea electronică au dus la extensia globală, supra-națională a spațiului public, care devine astfel un spațiu public virtual, grație serviciilor oferite de revoluția Internet. Prin urmare, și rolul bibliotecii publice trebuie văzut în acest context al societății informaționale, problemă care preocupa lumea bibliotecară²⁹.

Schimbările fundamentale intervenite în sfera de activitate a bibliotecii publice au fost expuse și discutate pe larg la Conferința U.E. asupra

²⁸ André Maurois. *La bibliothèque publique et sa mission*, Paris, UNESCO, 1961, p. 31.

²⁹ x x x Biblioteca publică în era electronică, Lisabona, 1999.

bibliotecilor, din anul 1999, purtând ca titlu *Biblioteca publică în era electronică*.

Puse în fața unei noi realități, cea dată de noile tehnologii, bibliotecile publice din România și-au redimensionat întreaga sferă de activitate, făcând eforturi considerabile în direcția informatizării serviciilor, formării și specializării personalului, reconsiderării politicii de achiziție și a politicilor cultural-educaționale, găsirii de noi surse de finanțare (programe, sponsori, donații, venituri din taxe multiplicare, impunere și.a.), pentru a fi în măsură să satisfacă noile și complexele cerințele de lectură și informare ale unui public avizat. Fiind investiții pe termen lung, finanțarea bibliotecilor publice a fost și este, în general, insuficientă, ceea ce a impus priorități, stabilite prin planificarea strategică, a alocațiilor bugetare din partea autorităților locale (ca surse primare de finanțare), asociindu-le descoperirea de surse secundare de finanțare. Austeritatea bugetară și tergiversarea proiectului unei strategii la nivel național de informatizare a bibliotecilor publice și.a. au făcut ca pașii acestora să nu fie în corpondanță deplină cu schimbările intervenite și cu orizontul de așteptare al beneficiarilor lor, cum s-ar fi dorit. Își totuși, în numai un deceniu s-au introdus masiv computerele în biblioteci, s-au creat rețele informatizate, s-au realizat baze de date (curente și retrospective, chiar dacă dublate, în lipsa Catalogului Național Partajat – alt proiect național întârziat), s-au utilizat tehnici de lucru standard cerute de formatele de stocare și regăsire a informației, s-au informatizat serviciile de bibliotecă, s-a implementat Programul Național: *Performanțe Românești în Bibliotecile Publice–PROBIP 2000 pentru măsurători și indicatori de performanță*, s-au creat noi servicii de bibliotecă (Centrul de informare comunitară, Centrul de marketing, Centrul de calcul, Centrul Internet, Centrul de primire și înscriere utilizatori, Centrul multimedia etc.) îmbunătățindu-se astfel accesul la informație, ceea ce a dus la creșterea prestigiului bibliotecii publice, în general.

Promovarea imaginii bibliotecii. Animația culturală și integrarea bibliotecii în viața comunității

□ Misiune

Instituție de formare intelectuală care favorizează lectura și accesul democratic la carte și informație, biblioteca trebuie să-și facă cunoscute toate serviciile și produsele sale publicului larg, să fie deschisă spre acesta, pentru a-l conștientiza de misiunea și de oportunitățile pe care le oferă. Mai ales acum, când timpul liber al individului este bombardat cu stimuli tentanți, (nocivi nu de puține ori), biblioteca trebuie să gândească și să implementeze o strategie imbatabilă de așezare a sa în atenția publicului pentru a-l atrage spre valorile pe care le deține și creează.

□ Metode

Modalitățile (metodele) de păstrare a publicului în sfera lecturii sunt, practic, nelimitate, iar succesul lor ține de calitatea, competențele, știința adaptării continue la cerințele deosebit de complexe, la sensibilitatea publicului, la mutațiile care intervin în sfera lecturii, informării, a preocupărilor de timp liber. Aceste metode pot fi:

- **tradiționale**, validate de practica bibliotecară, care se referă, în principal, la informarea corectă a publicului privind existența bibliotecii, serviciile și produsele sale, liniile de modernizare, oportunitățile serviciilor informatizate, noile instrumente de informare și tipul de utilizare, stocurile noi intrate în bibliotecă și tipuri de acces la ele etc.
- **originale**, încadrate în terminologia utilizată în ultimele decenii de *animație culturală*, care fac din bibliotecă centrul vieții culturale, integrând-o cu succes în ansamblul instituțiilor cu misiuni exprese în această direcție.

Aflată în fața unui public nou – un public al Internetului și calculatorului, mai informat, mai diferențiat, mai exigent, cu remarcabile competențe IT – biblioteca trebuie să știe exact pe ce buton să apese pentru a fi percepță de acesta ca un brand, ca un centru multifuncțional, cultural, educațional, de socializare și recreere etc. Pe de altă parte, ea este pusă în fața unei alte fațete a noii realități – analfabetismul, violența, vulgaritatea proliferantă, drogurile și imigrația. De aceea, se impune ca ea să gândească o politică pe termen lung, cu o anumită strategie, care să cuprindă programe și proiecte, produse, termene fixe, direcții de realizare a publicității sale în exterior.

□ Direcții

Din practica bibliotecară și din sondarea tendințelor publicului, câteva dintre aceste direcții s-au dovedit viabile, necesare, de succes:

➤ *informarea publicului*

- comunicarea cu autoritățile;
- comunicarea cu întreaga comunitate;

➤ *publicitatea informației*

- grafica publicitară;
- publicitatea media;
- comunicarea cu mass-media;

➤ *promovarea directă a serviciilor* – comunicarea cu vizitatorii bibliotecii, cu utilizatorii potențiali, cu nonpublicul.

În ceea ce privește *informarea publicului*, este necesar ca biblioteca să utilizeze și să introducă în programul general pe termen lung cel puțin patru tipuri de informare obiectivă a întregii comunități:

- informații despre bibliotecă, serviciile și produsele ei, prin publicitate adaptată;
- informații despre tipurile de acces la documentele și instrumentele de informare deținute sau create;
- informații despre modernizarea serviciilor – Serviciul de referință, Centrul Internet, Centrul de Informare Comunitară, American Corner, Centrul OSIM, Sala Multimedia etc. –, determinată de mutațiile din plan social, informațional;
- informații despre oportunitățile serviciilor automatizate și despre tendințele de viitor și.a.

Comunicarea cu autoritățile, orală sau scrisă, trebuie să fie foarte bună. Pentru aceasta, ea trebuie să fie formulată cu claritate, argumentată solid, să cuprindă chestiuni esențiale. Fie că este o solicitare, fie o informare, ea îmbracă diferite forme: cerere, referat, scrisoare de intenție, raport de activitate (lunar, trimestrial, anual), memorii, note. Acest tip de comunicare se realizează și prin invitații personalizate prilejuite de evenimente culturale etc.

➤ A doua direcție – *publicitatea informației* – este, practic, inalienabilă actului cultural-educational. Publicitatea – se știe – e mama succesului, dacă, bineînteles, nu e abuzivă și mincinoasă ci, cum susținea Emile Girardin încă din 1845⁹⁸, “francă, fără mască, cu țintă exactă, de impact”. Un rol important în acest sens îl deține *grafica publicitară*, care utilizează câteva instrumente de impact:

- *foaia volantă* (care conține informații certe și precise despre serviciul de bibliotecă: numele instituției, adresa, telefon/fax/e-

⁹⁸ Brigitte Richter, *Ghid de biblioteconomie*, București, Grafoart, 1995, p. 239.

mail, site web, servicii, imagini concludente), distribuită prin voluntari în public (în spații foarte vizitate, în cutiile poștale, în diferite contexte, la spectacole etc.);

- *pliantul publicitar* (care cuprinde informații ceva mai dezvoltate decât foaia, desene, ilustrații, fotografii din bibliotecă, condiții de înscriere și acces în bibliotecă, servicii și produse, orar, adrese);
- *afișul* (care poate fi de anunțare a unor servicii și facilități noi din bibliotecă, de orientare în universul informațional, modernizat, al bibliotecii, de promovare a unui eveniment); trebuie să îndeplinească câteva condiții: gust, inventivitate și inteligență în alcătuirea sa, o idee frapantă, originală, imagine și text care să atragă atenția, fugare note informative de „subsol” – loc, adresă, program, orarul bibliotecii – format adecvat, evitarea monotoniei înscrișurilor);
- *panoul* (care depășește afișul prin dimensiuni și suport material – plastic, lemn – și prin extensia textului, ce se referă, în special, la serviciile de bibliotecă, sau condiții de acces și împrumut, text verificat atunci când informațiile conținute sunt perimale);
- *alte instrumente publicitare*: logotipul, firma luminoasă, pungi de plastic imprimate, semne de carte, fluturași, felicitări nominalizate, invitații nominale, personalizate, supracoperte de carton, pixuri imprimate și medalii aniversare, ghidul bibliotecii, ghidul utilizatorului etc.;
- *instrumente signaletice*: inscripții și indicatoare (indicatoare de raft, de poliță, indicatoare de adresă).

• *Publicitatea media* joacă un rol foarte important, având cel mai mare impact din întregul arsenal de forme și mijloace de publicitate concentrat în bibliotecă. Instituție modernă, ea trebuie să ofere presei informații continue prin:

- *comunicatul de presă* (text scurt, afișat și pe pagina web);
- *conferința de presă* (informație nouă), care cuprinde trei momente importante – expunerea introductivă, întrebări și răspunsuri, încheiere –, impunând a fi pregătită foarte bine (fixarea și respectarea datei, alcătuirea listei de invitați, trimiterea invitațiilor cu trei săptămâni înainte, reînnoirea lor cu o săptămână înainte, înmânarea dosarelor de presă etc.);
- *dosarul de presă* – document promotional, care trebuie să cuprindă evenimente de interes pentru presă, să fie structurat logic, să prezinte pe prima pagină sumarul, să fie redactat numai pe o față a paginii de scris, să conțină, eventual, statistici în anexă, legende, citate, tabele etc.

Publicitatea se realizează prin parteneriate stabilite cu ziarele, radiooul, televiziunile locale sau centrale.

- Publicitatea prin *presa scrisă* cuprinde:
 - *mici anunțuri* (în cadrul unor rubrici culturale referitoare la: adresă, program, servicii, puncte de împrumut fixe și mobile, unități editoriale intrate în bibliotecă, programe culturale, aniversări, comemorări etc.) – cel puțin o știre pe săptămână sau lună, comunicate de presă;apeluri; anunțuri-invitație;
 - *articole ample, note culturale, recenzii și semnalări* ale unităților editoriale, *interviuri* (cu personalități din bibliotecă sau prezente la programele bibliotecii), semnalări (ale evenimentelor deosebite), cronica locală;
- Publicitatea prin editările în volum – monografia bibliotecii, ghidul bibliotecii, pliantul bibliotecii, cronica anuală retrospectivă, revista, bibliografii, sumare, cataloge de expoziție, anuare, dicționare biobibliografice, manuale etc., care necesită, fiecare în parte, explicații suplimentare:
 - *Pliantul* este o tipăritură de mici dimensiuni, cu o prezentare grafică atrăgătoare, destinată informării publicului asupra profilului colecțiilor, ofertei de servicii, condițiilor de înscriere, facilității, programului bibliotecii, adresa, invitații – slogan – la lectură.
 - *Broșura* este o tipăritură de mici dimensiuni, ușor de difuzat, care cuprinde informații curente privind viața bibliotecii cu valoare ulterioară de document (ex.: *Calendarul activităților culturale*).
 - *Monografia bibliotecii* este o contribuție științifică notabilă, cu un text solid (istoric, evoluție, realizări, persoane, echipe manageriale, servicii, resurse, echipamente, colecții, clădire și.a.), iconografie, anexe, cronologie, lista bibliotecarilor și a directorilor, indici de nume. Este utilizată pentru oficialități, protocol, ca informare de înalt nivel științific, ca obiect de schimb între biblioteci etc.
 - *Repertoriul* – instrument de informare cu rol important în identitatea și memoria locală (Ex. *Repertoriul personalităților; Iașul în colecțiile bibliotecii – catalog selectiv*).
 - *Cronica locală* anuală retrospectivă – cuprinde informații dense despre activitatea bibliotecii pe o perioadă de un an, informații despre localitate, veritabile baze de date (pe CD, DVD), care fac din bibliotecă memoria comunității (evenimente de ordin administrativ-edilitor, evenimente de ordin social și cultural etc.).

- *Revista* – cu apariție regulată sau neregulată – se adresează atât publicului larg (prin informațiile despre bibliotecă, serviciilor sale, evenimente culturale), cât și autorităților locale sau colegilor bibliotecari din rețea, fiind o sursă de informare privind activitatea și competențele, performanțele bibliotecii respective, contribuțiile teoretice notabile ale unor persoane din interiorul acestora, ale unor colaboratori de prestigiu.
- *Lista de noutăți* – elaborată, afișată, distribuită – conține și un text introductiv, fiind înaintată oficialităților, managerilor de instituții culturale, școlare (selectiv), prietenilor bibliotecii.
- *Catalogul de expoziție* – are valoare explicativă și documentară și cuprinde o introducere (scop, titlu, organizatori, durată), urmată de lista exponatelor și descrierea lor standardizată, a secțiunilor și titlurilor lor, a citatelor utilizate, imagini, ilustrații.
- *Publicitatea prin presa audio și vizuală*
 - *Radioul și televiziunile* locale sunt modalități de publicitate media cu cel mai mare impact și se referă la: inserarea în cadrul emisiunilor de cultură a unor informații și imagini din bibliotecă; trimitera unor înregistrări video și audio; obținerea unor minute de antenă și intrarea directă în emisie.
 - *Realizarea unor instrumente proprii de promovare*, cu mijloace moderne, este ilustrată de: site-ul sau CD-ROM-ul bibliotecii etc., ca mijloace de publicitate vizuală.

➤ Publicitatea utilizatorului

Un loc aparte în cadrul publicității trebuie acordat utilizatorului de servicii (cititorului) prin susținerea unor rubrici ca „Cel mai bun cititor”, „Cititorul anului”, „Cel mai vechi cititor”, „Cel mai aplicat voluntar”, „Cel mai asiduu participant la programele culturale” etc., a unor programe ca *Festivalul cititorului*, *Ziua cititorului* etc.

• Promovarea directă

Promovarea directă a imaginii bibliotecii se produce prin:

- comunicarea cu utilizatorii în cadrul vizitelor la bibliotecă;
- comunicarea în cadrul „zilelor deschise ale bibliotecii”.

Important este ca, prin întreaga activitate de comunicare în interior și în exterior, prin întreaga strategie de publicitate, biblioteca să reușească să atragă spre lectură și informare diferitele categorii socio-profesionale ale publicului potențial într-o mai judicioasă proporție și să diminueze ponderea nonpublicului (care, se știe, refuză din start lectura și biblioteca), să suțină și să includă între utilizatorii săi și publicul cu nevoi speciale, cel din cartierele, cătunele mărginașe, defavorizate etc.

➤ Strategii

Trăind într-o civilizație a imaginii, este imperios necesară conceperea și implementarea unei strategii de construire a unei **imagini pozitive a bibliotecii**. **Imaginea** – producere-afect-efect – este un concept, **interfața bibliotecii**, un produs cu un efect feed-back pozitiv, atunci când este bine construită. Biblioteca „se comunică”, tinzând să răspundă orizontului de așteptare al utilizatorilor – reali, potențiali, virtuali, non-cititori – de la intrarea în incinta bibliotecii și asigurarea unor zone civilizate (zona garderobei), la crearea unui climat elevat prin amenajări în zonele holurilor (transformarea lor în galerii de expoziție), sălilor (mobilier și echipamente moderne), prin servicii performante și personal. Astfel, de la solicitări la utilizări, de la servicii la produse, de la resursele materiale la stocuri și la facilități de echipamente, ea trebuie să se prezinte ca spațiu al modernității, cald și primitor. **Modelul creativ** al serviciilor și produselor cultural-educaționale, **integrate** într-un sistem de **colaborări instituționale**, și al unei permanentizate relații și schimburi de informații cu presa, este unul dintre vectorii care creează și susțin imaginea bibliotecii, încrederea în instituția bibliotecară, demonstrând transparentă și implicare în plan cultural, social, economic, educațional, informațional, larg comunitar. *Bibliopolis și Tehnopolis* nu pot astăzi, puse față în față, decât să țină cont una de alta și să conlucreze.

□ Animația culturală și integrarea bibliotecii în viața localității

Bazele științifice de promovare a imaginii bibliotecii și lecturii, a colecțiilor, serviciilor și produselor sale sunt determinate de respectarea unor principii generale.

Misiunea bibliotecii de a informa și forma, de a media accesul la cunoaștere prin documentele sale, de a fi agentul dezvoltării personalității umane, presupune, implicit, inițierea și implementarea de **programe de animație culturală** – programe cultural-educaționale – care asigură integrarea bibliotecii în climatul socio-cultural și economic al comunității deservite. „Activă și constructivă” – cum se subliniază în *Manifestul Unesco pentru Biblioteca Publică* din 1994 –, biblioteca publică este provocată să-și dovedească utilitatea și să invite comunitatea la lectură și informare, prin coordonarea eforturilor cu cele ale altor organisme de educație, cultură și de acțiune socială sau „cu vocație artistică”, prin reinventarierea „noilor interese și nevoi”, „noilor categorii de cititori”, a cerințelor unor lucrări „de un tip special”, prin asimilarea mutațiilor produse în sfera evoluției concepției asupra timpului liber și a activităților de loisir (între care ea urmărește să-și păstreze locul favorit).

◊ Scopuri

Scopul animației culturale este revelarea importanței lecturii și a cărții, a noului profil, modern, al bibliotecii în viața cotidiană a individului. „...Cartea

nu se poate izola – susține Brigitte Richter⁹⁹ – în ansamblul instrumentelor culturii, pentru că ea este un mijloc printre cele care au devenit astăzi o rețea de masă”.

Având ca obiectiv fundamental integrarea cărții, a lecturii și informării, a bibliotecii însăși în viață, în deprinderile și cutumele publicului, printr-un program global de promovare culturală, *animația culturală* este un demers dificil care urmărește scopuri precise:

- atragerea indivizilor spre bibliotecă, spre serviciile ei moderne;
- reunirea lor într-un spațiu al învățării, informării și comunicării necenzurate;
- învățarea, crearea unor competențe de dialogare, de exprimare liberă, prin direcționarea spre interactivitate;
- înlesnirea cunoașterii și apropierea între membrii comunității, socializarea lor;
- stimularea inteligenței, creativității;
- formarea culturii informației;
- favorizarea aspirațiilor elevate;
- implicarea în viața bibliotecii prin voluntariate, parteneriate, colaborări;
- atragerea nonpublicului și a publicurilor cu nevoi speciale;
- perceperea bibliotecii ca centru de cultură, educație, informație, loisir, ca loc cald și primitor de petrecere utilă și plăcută a timpului liber, ca factor de integrare în societate.

◊ Motivații

Motivațiile conceperii și implementării anumitor programe culturale trebuie să fie foarte clare și ele se bazează pe o analiză riguroasă, periodică, a fenomenului cultural în general, a locului și rolului lecturii și al bibliotecii. De aceea, ele trebuie să răspundă la câteva întrebări:

- **Cine? Cui?** (adresabilitatea programului cultural) – o anumită categorie de vârstă sau socio-profesională, un microgrup, o instituție, publicului larg; linia care trebuie urmată fiind astfel programe culturale axate pe categorii de vârstă, centre de interes și.a., pentru a avea finalitatea scontată;
- **Când și unde?** (momentul și locul potrivit) – la sediul bibliotecii, la punctele de împrumut fixe sau mobile, în afara acestora (școli, cămine, penitenciare etc.), în diferite alte locații (instituții de cultură etc.);
- **Cât?** (acțiuni continue) – programe culturale în ediții succesive, dacă au impact la public;

⁹⁹ Brigitte Richter, *op. cit.*, p. 262.

tratează teme actuale sau este o *personalia* (despre o personalitate), o *localia* (despre localitatea respectivă) etc.

- Etape

Etapele metodologiei realizării unei *expoziții-eveniment* sunt clar stabilite și ele trebuie urmate cu strictețe:

- *Știința organizării* – care presupune:
 - stabilirea temei;
 - întocmirea bibliografiei;
 - selecția documentelor de bibliotecă, a ilustrațiilor;
 - stabilirea schemei de organizare: titlu, secțiuni, citate, tabel cronologic (pentru personalități, evenimente);
 - montarea propriu-zisă a expoziției, care solicită gust estetic și talent;
 - promovarea prin afiș, invitații nominalizate, comunicate de presă, anunțuri-invitație etc., în presa scrisă și audio-vizuală, invitații tipărite personalizate trimise oficialităților, directorilor de instituții, personalităților, segmentului de public-țintă căruia i se adresează – elevi, profesori etc.
- *Vernisajul* – deschiderea expoziției – care trebuie să se constituie într-un eveniment, prin personalitatea care este invitată să prezinte expoziția, prin pliantele sau cataloagele expoziției distribuite în public, prin arta comunicării și farmecul moderatorului, prin prezența unui public numeros și de calitate, prin participarea presei, a oficialilor etc.;
- *Sondajul de opinie* din finalul evenimentului cultural, prin care se poate lua pulsul publicului participant, pentru a se constitui ca punct de plecare pentru un nou demers cultural;
- *Prezentarea evenimentului în presă* – de bibliotecar sau de jurnalist – ține tot de managementul cultural de succes.

➤ **Vitrina cu cărți** – pune în valoare o aniversare, o colecție de carte, un tip de document, un eveniment literar-cultural, o nouitate editorială, printr-o realizare atractivă (aspect plastic, estetic, efecte de lumină, ilustrații, titlu, citate) în vitrine amplasate în galerii și alte spații de bibliotecă sau în locuri neconvenționale (magazine, hoteluri, târguri)

➤ **Alte modalități** de promovare a conținutului și valorii cărții sunt reprezentate de:

- *rezumat* – prezentarea succintă, incitantă, a conținutului cărții, a valorii estetice, a motivației alegerii;
- *recenzie* – prezentarea amplă a conținutului cărții, adăugând și aprecieri critice privind valoarea estetică, științifică, educativă etc.;
- *seri de poezie* – promovarea cărții beletristice, în special;

- *întâlniri cu autori* – dialog, schimburi de idei;
- *proces literar* – dezvoltarea imaginației și creativității.

➤ **Animația de tip complex** îmbracă mai multe forme posibile de exprimare:

- *audiții muzicale și recitaluri*;
- *proiecții CD-ROM, DVD*;
- *spectacole de muzică și poezie*;
- *cluburi de dezbatere, de lectură*;
- *teatru de păpuși*;
- *ateliere creative*;
- *concursuri literare*, gen „Cine știe răspunde”, (apelând la instrumentele electronice de informare deținute de biblioteci);
- *saloane literare*;
- *saloane de artă*;
- *jocuri didactice pe calculator* și a.

◊ Modele de animație

• *Modelul de animație pentru publicul format din copii* vizează familiarizarea cu practica lecturii, a consultării unor lucrări de referință, a altor lucrări. Programele speciale adresate preșcolarilor (în care ludoteca, ca anticameră a lecturii, are un rol important), cele adresate copiilor mici și mijlocii (începând cu „ora de povesti”, cu expoziții cu lucrări realizate de ei și continuând cu spectacole de teatru, cu serbări ale abecedarului etc.), este necesar să se desfășoare într-o ambianță veselă și plăcută, atrăgătoare, să stârnească curiozitatea, să incite la dialog și comunicare. Saloanele de carte pentru copii, complex de manifestări, cu și pentru ei, sunt forma cea mai atractivă și cu impact de atragere a lor spre carte. Desfășurate în bibliotecă sau în afara ei, programele culturale destinate micilor cititori se realizează în parteneriate cu grădinițe, școli, teatre pentru copii, direcții de protecție a copilului etc.

• *Modelul animației pentru adolescenți* reflectă faptul că aceștia sunt publicul cel mai critic, „turbulent, obosit, uneori provocator” – cum afirmă Caroline Rives în volumul *Adolescenții, lectura și bibliotecile* – și că este nevoie, prin urmare, de o strategie subtilă. Atragerea lor în organizarea și desfășurarea unor programe culturale gen „Clubul dezbatelor”, consultarea continuă prin chestionare scurte, stimularea interactivității, invitarea unor scriitori, actori, personalități care să intre în dialog cu ei și să-i provoace la discuții, stimularea creativității prin recitaluri, lecturi din creații proprii, expoziții personale etc. sunt doar câteva dintre formele posibile de asigurare a succesului. Aceasta se petrece numai prin colaborarea cu licee, colegii, ONG-uri, alte instituții de cultură, biserică etc.

• *Modelul animației pentru adulți* vizează anumite tipuri de activități și programe culturale adresate unor publicuri anume sau publicului larg, care urmăresc revenirea în bibliotecă a acestora și înscrierea lor printre vizitatorii,

prietenii ei, ducând la creșterea prestigiului instituției. Există astfel, sens un public al vernisajelor expozițiilor de artă plastică (intelectuali din cele mai diverse profesii dar și funcționari etc., în general fără permis la bibliotecă), un public al Saloanelor de carte, un public al serbărilor, spectacolelor cu și pentru copii (părinți, bunici, vecini, de diferite categorii socio-profesionale), un public al aniversărilor unor personalități locale (format, în general, din intelectuali) etc., care (re)descoperă biblioteca, în acest mod, noul ei profil, reînnodând drumul spre carte sau revenind numai pentru un anumit program cultural. Atractivitatea, elevația, personalitățile invitare, parteneriatele realizate sunt cheile de succes. Sunt și alte categorii de publicuri – defavorizate în general – pentru care trebuie gândite și implementate alte tipuri de programe culturale cu adresabilitate exactă: pentru nevăzători, pentru cei cu dizabilități locomotorii, pentru bolnavii din spitale, pentru cei privați de libertate etc.

• *Modelul animației pentru vârstă a treia* vizează, în primul rând, funcția umanitară a bibliotecii, programele culturale organizate pentru bătrâni din cămine fiind, în general, axate pe probleme de sănătate, asistență socială, recreere. Între acestea pot fi spectacole susținute de actori, întâlniri cu medici, preoți și.a., desfășurate direct în cămine sau, mai rar, la bibliotecă (unde sunt ajutați să ajungă). Un segment activ al categoriei de vârstă menționate este nelipsit de la programele culturale adresate publicului larg.

Aceste tipuri de modele de animație culturală atrag atenția asupra unor zone de interes și asupra altor valențe ale bibliotecii. Ele trebuie să se regăsească în *Strategia de programe cultural-educaționale. Programele culturale*, axate, cum s-a arătat, pe categorii de public-țintă, pe zone de interes, pe problematici de interes major, trebuie să răspundă unor criterii de selecție. Ele pun publicul în contact cu Măria Sa Cartea, dar și cu noul suport al acesteia, cât și cu noile resurse, servicii, produse, noul profil al bibliotecii. Având în vedere faptul că instituția bibliotecară are astăzi valențe din ce în ce mai pregnante de mediator între public și creator sau producător, de creator și depozitar de informație concentrată și nu numai de difuzor, acestea fac ca prestigiul ei să crească. Programele cultural-educative sunt adresate, așadar, atât publicului obișnuit al bibliotecii, cât și publicurilor cu nevoi speciale (nevăzători, bolnavi HIV, cei cu handicap locomotor, bătrâni din spitale și cămine, copii din căminele de copii, deținuții din Penitenciare), publicului tânăr (copii, adolescenți, tineri), cât și celui adult sau de vârstă a treia (pensionarii), publicului meloman sau publicului vernisajelor, publicului Saloanelor de carte sau publicului dialogurilor interactive. Aceste programe cultural-educaționale trebuie să ajute comunitarul să comunice, să se integreze în societate, să afle răspuns la problemele care-l frământă, să se relaxeze și să se îmbogățească sufletește etc. Ele se concep cu parteneriate solide și colaboratori importanți, cu bugete proprii și cu posibilități de finanțare interne și externe. Succesul implementării lor ține de calitatea managementului acestora, fiind evaluat periodic prin tehnicele și modalitățile prevăzute inițial în proiect.

Relații cu publicul. Biblioteca și utilizatorii ei

□ Definiție

Mijlocirea accesului la valorile deținute și promovarea acestora este chiar scopul instituției bibliotecare. Acest proces continuu, deosebit de complex, cunoscând etape succesive de modernizare, se realizează în cadrul serviciului de *Relații cu publicul*. Fără a se confunda cu *Relațiile publice*⁶⁸, obiectivul *Relațiilor cu publicul* este tocmai acela de a oferi utilizatorilor servicii, contacte, adaptate nevoilor de lectură-informare-loisir –, formale și informale –, și de a stabili raporturi între instituția bibliotecară și utilizatori, comunitate (organisme oficiale, nonguvernamentale, instituții, mass-media).

Spațiu al comunicării și socializării, biblioteca publică are ca misiune principală integrarea activă în viața culturală, socială, științifică, în procesul de învățământ și în educația permanentă (continuă), prin adaptarea și readaptarea demersului său nevoilor comunității – instructive, educative, informative, de cercetare, de recreere, de socializare, profesionale, gospodărești, personale etc. Biblioteca publică este locul în care orice membru al comunității are acces la informație în vederea dobândirii unor noi competențe solicitate de piața forței de muncă. Pentru a-și îndeplini misiunile, serviciul de lectură publică trebuie să fie accesibil utilizatorilor reali și potențiali, colectivi și individuali, cât și nonpublicului și să pornească de la cunoașterea lor.

Teoretizarea problemei, destul de săracă în România, înregistrează câteva contribuții notabile, începând cu Athanasie Lupu⁶⁹ și continuând cu Marcel Ciocan⁷⁰, Victor Petrescu⁷¹, Sultana Craia⁷², Anca Sârghie⁷³ etc. Astfel, *Relațiile cu publicul*, în accepția lui Athanasie Lupu, din urmă cu trei decenii, au suportat schimbări semnificative determinate de noua imagine și funcționalitate a bibliotecii. Ele reprezintă, după definiția dată de Marcel Ciocan, „totalitatea raporturilor dintre bibliotecă și colectivitate, dintre bibliotecă și abonații ei, ori posibilității ei abonați, legăturile acesteia cu instituțiile social-culturale și economice din localitatea pe care o deservește”. Este o definiție amplă care subscrive acest serviciu termenului mai larg de Relații publice fără a se suprapune cu el. *Legea bibliotecilor* nr. 334 din 2002 specifică

⁶⁸ Relații publice = complex de activități comunicaționale care stabilesc și mențin relații reciproce avantajoase între un organism, o structură administrativă sau o organizație și diferite tipuri de public de care depinde succesul sau insuccesul acestora. Sintagma a cunoscut 472 de definiții, până în anul 1976.

⁶⁹ Athanasie Lupu. *Relațiile bibliotecii cu publicul*, București, Litera, 1973.

⁷⁰ Marcel Ciocan. *Relațiile bibliotecii cu publicul. Sinteză documentară*, Caietele bibliotecarului, nr. 2, 1997.

⁷¹ Victor Petrescu. *Biblioteca publică și utilizatorii ei*, Biblioteconomie, Târgoviște, Cetatea de Scaun, 2006, pp. 67-71.

⁷² Sultana Craia. *Utilizatorii și nevoile lor specifice. Biblioteca azi. Informare și documentare*. Târgoviște, Bibliotheca, 2004, pp. 56-64.

⁷³ Anca Sârghie. *Relații cu publicul în bibliotecă*, Sibiu, Alma Mater, 2004.

clar atribuțiile bibliotecii publice în acest sens⁷⁴: „Pentru a facilita utilizarea acestora (colecții de documente specifice și baze de date) în scop de informare, cercetare, educație, recreere, în slujba comunității locale.”

□ Cerințe

Adresabilitatea fiind clară, *Relațiile cu publicul* trebuie să urmeze un proces de modernizare, să se adapteze și readapteze continuu la cel puțin trei factori:

- eterogenitatea publicului (public general, public specializat, public de grup, public asistent, public participativ);
- complexitatea și dinamismul așteptărilor lui în plan informațional, educațional, recreativ și.a.
- scara lui de receptare și nivelul competențelor.

□ Strategii

Pentru a se adapta cerințelor, Relațiile cu publicul trebuie să aibă în vedere anume politici care să includă strategii și direcții foarte clare și un scop precis. Orice strategie în această direcție este necesar să pornească din câteva puncte foarte importante, care vizează:

- profilul socio-cultural și economic al comunității, localității;
- structura demografică a comunității, populației, dinamica și tendințele ei;
- potențialul socio-cultural și informațional;
- sisteme informaționale, organisme etc.;
- potențialul bibliotecii și oportunitățile de cooperare, partajare a resurselor;
- socio-dinamica publicurilor bibliotecii, cunoașterea categoriilor socio-profesionale etc.;
- modalități de comunicare verbală, nonverbală (intrapersonală, interpersonală, de grup, publică, de masă) și niveluri de comunicare (informațional, relațional).

Toate aceste elemente sunt obligatorii pentru planificarea pe termen scurt și lung a politicii Relațiilor cu publicul. Cheia succesului în realizarea misiunilor bibliotecii o reprezintă chiar cunoașterea caracteristicilor, preferințelor de lectură, de informare, de recreere, de educare ale publicului, funcție de care se organizează întreaga activitate a bibliotecii. Dacă în ceea ce privește bibliotecile școlare, universitare, publicul este format din elevi, studenți, cadre didactice, care solicită o focusare a atenției demersului bibliotecii pe aceste categorii, în cazul bibliotecilor publice, unde publicul este

⁷⁴ Legea bibliotecilor nr. 332, 2000, art. 1, lit. a.

format din diferite categorii socio-profesionale și de vârstă, lucrurile se complică, aria de adresabilitate fiind foarte largă.

□ Marketingul performant⁷⁵

Politica *Relațiilor cu publicul* trebuie să fie pozitivă, pentru a avea efectul scontat. Ea trebuie să conțină câteva elemente obligatorii:

- imaginea bibliotecii, ca instituție obiectivă, neutră;
- personal calificat în problemele relațiilor cu publicul, adevărat generator de competențe;
- programe de formare profesională, traininguri;
- programe de formare și dezvoltare a competențelor privind relațiile cu utilizatorii cu nevoi speciale, cu grupurile speciale de utilizatori;
- mijloace de comunicare cu publicul: web-site, buletine informative, tabele de avizare;
- servicii moderne, flexibile, planificate cu exactitate, axate pe interesele publicului;
- clădire adecvată, atrăgătoare, confortabilă;
- program generos cu publicul, convenabil;
- accesare catalog on-line;
- servicii de prelungire a termenului de împrumut;
- servicii de rezervări de documente;
- servicii în afara bibliotecii (sediului central);
- servicii și echipamente (boxe) pentru restituirea publicațiilor după orele de program;
- echipamente electronice de calitate;
- materiale informative în formate de alternativă – casete înregistrate, texte cu caracter mărit.

Cititorul, utilizatorul, mulțumit de serviciile bibliotecii este cel mai eficace "canal" de promovare a imaginii ei.

□ Obiective

Plecând de la aceste realități socio-culturale, de la o delimitare fără echivoc a raporturilor cu o anumită colectivitate. Relațiile cu publicul urmăresc realizarea unor **obiective** clare, care au ca finalitate adaptarea demersului instituției bibliotecare la nevoile comunității, la schimbările rapide, precum și definirica, redefinirarea identității sale, fără a fi puse în pericol valorile de bază.

Aceste obiective sunt:

- medierea accesului la documentele, bazele de date proprii și la informația disponibilă în format electronic, la serviciile și produsele bibliotecii;

⁷⁵ Subiectul va fi dezvoltat în volumul 2, capitolul *Marketingul de bibliotecă*.

- dezvoltarea și modernizarea serviciilor de bibliotecă, ca valori de bază ale acesteia;
- redefinirea raportului bibliotecă-utilizator particular sau colectiv, pornind de la cunoașterea publicului țintă al bibliotecii și continuând cu formarea acestuia ca utilizator al serviciului public;
- redimensionarea rolului și locului lecturii în era informațională, care presupune persuadarea pe formarea deprinderilor de lectură, îndrumarea și permanentizarea ei;
- performarea sistemului informațional propriu și a accesului la alte rețele, încât să asigure, rapid și complet, cerințele utilizatorului;
- revitalizarea formelor de animație culturală ca „ansamblu de activități comunicационale”⁷⁶;
- apropierea publicului de bibliotecă, publicitatea și promovarea imaginii bibliotecii;
- eficientizarea sistemului de informare bibliografică și documentare;
- evaluarea lecturii și a performanțelor bibliotecii;
- restabilirea misiunii bibliotecarului în societate.

◊ Cooperare și partajarea resurselor

Cooperarea privind schimbul de idei, informații, experiență, servicii este o altă atribuție foarte importantă a Relațiilor cu publicul. Pot fi stabilite astfel relații formale cu alte instituții și organizații din comunitate în direcția coordonării eforturilor și resurselor, cu scopul obținerii de servicii calitative pentru comunitate. Cooperarea cu școlile se poate realiza în baza unui protocol care ar putea include:

- programe de cooperare;
- vizite în grup la bibliotecă;
- vizite ale bibliotecii și invitaților ei în școală;
- programe de instruire a elevilor cu spațiul web și accesarea informației;
- programe de alfabetizare etc.

Întreaga activitate a Relațiilor cu publicul trebuie să fie focalizată pe interesele la lectură, informare, formare, umanitare, recreere ale comunității.

În cadrul acesteia, cooperarea cu Societatea civilă (ONG-uri) joacă un rol deosebit de important, mai ales în realizarea de proiecte și programe finanțate.

⁷⁶ Gheorghe Buluță, Sultana Craia, Victor Petrescu. *Biblioteca azi. Informare și comunicare*, Târgoviște, Bibliotheca, 2004, p. 69.