

Bibliotecile publice și mediul online

Mihaela VOINICU

director adjunct Biblioteca Județeană "Dinicu Golescu" Argeș

Care este poziția bibliotecii față de ceea ce generic numim mediul online? Iată întrebarea de la care am pornit atunci când am observat că există diferențe mari între modul în care abordează fiecare biblioteca prezența sa în spațiul virtual, pornind de la alegerea de a fi prezentă, sau de a nu fi prezentă în acest spațiu, până la dinamica postărilor și calitatea acestora.

În perioada februarie-martie 2013 am transmis un chestionar, format din 26 de întrebări, către cele 40 de biblioteci județene românești. Au răspuns acestui chestionar un număr de 32 de biblioteci (80%).

Analizând răspunsurile la chestionare și privind evoluția bibliotecilor, de-a lungul ultimilor 23 de ani, pe trei paliere: construirea OPAC, construirea site-ului de bibliotecă și prezența în rețelele de socializare, reținem următoarele date importante:

Construirea catalogului electronic

Există biblioteci care au început construirea catalogului electronic și conversia retrospectivă la începutul anilor 90. Acum, după 23 ani, sunt în situația în care au de abia un procent de 70% din fondul de documente introdus în propriul soft de bibliotecă. În ceea ce privește bibliotecile din teritoriu (municipale, orașănești și comunale) răspunsurile la chestionar ne-au indicat că doar 123 de astfel de biblioteci din România și-au construit un astfel de catalog electronic și doar 7 dintre ele îl au disponibil pentru consultare online. Aceste date sunt grăitoare în momentul în care le corelăm cu numărul bibliotecilor publice din România: 2876 astfel de biblioteci, la sfârșitul anului 2011.

A constituit oare, implementarea unui software de bibliotecă și construirea unui catalog electronic un obiectiv strategic al bibliotecii, asumat de către întreaga organizație, sau nu?

Proiectarea și reproiectarea site-urilor

Primul site de bibliotecă județeană a fost construit în anul 1999. De atunci s-a ajuns ca un număr de 38 biblioteci județene să aibă un site. Aici am inclus și bibliotecile care, conform răspunsului la chestionar, și-l vor construi în anul 2013.

Există biblioteci care au dezvoltat și site și bloguri. Un număr de 18 biblioteci au dezvoltat și întrețin bloguri. Blogurile sunt dezvoltate în cadrul anumitor proiecte sau sunt întreținute de anumite secții/ bibliotecari în scopul prezentării activității proprii. Temele cele mai frecvent întâlnite în blogurile bibliotecilor sunt: promovarea activităților dedicate copiilor, cluburi de lectură, promovarea activităților bibliotecilor publice din județ (altele decât biblioteca județeană).

În ceea ce privește numărul postărilor pe site, media acestora era, în anul 2012, de 119 postări/an.

Site-urile sunt:

- realizate și întreținute de firma specializată (5% dintre biblioteci)
- firmă specializată și întreținute apoi de personalul bibliotecii (38%)
- realizate și întreținute de personalul bibliotecii (47%)

În ceea ce privește bibliotecile din teritoriu (municipale, orășanești și comunale) răspunsurile la chestionar ne-au indicat doar 13 adrese viabile ale unor astfel de site-uri de bibliotecă.

Cele 32 de biblioteci județene care au răspuns chestionarului au avut, în total, un număr de 40 de versiuni ale site-urilor de-a lungul timpului. Deci, în medie, o bibliotecă județeană își regândește și reproiectează site-ul o dată la 12 ani.

Această distanță (medie) în timp, foarte mare, între două versiuni succesive ale site-ului unei biblioteci ridică următoarea întrebare: Se face oare, în mod constant, la nivelul fiecărei biblioteci, o analiză a rezultatelor și beneficiilor pe care site-ul le aduce bibliotecii?

Potențialele beneficii aduse organizației sunt cunoscute: un site bine construit este un instrument de marketing online care duce la creșterea vizibilității bibliotecii și implicit a numărului de vizitatori. Diferența dintre vizitatorii virtuali și vizitatorii reali se va estompa în timp deoarece, atunci când un vizitator obține ceea ce a dorit, își satisface nevoia de informare, nu mai are importanță dacă a făcut-o vizitând biblioteca de la distanță sau nu.

Analiza web permanentă și urmărirea statisticilor site-ului oferă posibilitatea de a cunoaște și urmări comportamentul complex al vizitatorilor. Uneltele de analiză și statistică disponibile, unele gratuit, sunt esențiale când vine momentul cunoașterii numărului de oameni care ajung pe site, de pe ce site vin și unde pleacă de pe pagina de start, care sunt cele mai căutate informații de pe site, în ce perioade de timp, de pe ce servere din lume se face accesarea, care sunt cuvintele cheie de căutare sau motoarele de căutare prin care se ajunge pe site.

Aceste informații ne pot ajuta în luarea deciziei asupra momentului optim pentru reproiectarea siteului. Având în vedere schimbările și evoluțiile IT, acest moment al reinventării (de la o identitate vizuală nouă până la oferirea de noi servicii online) este inevitabil și nu poate fi amânat la nesfârșit.

Un site se reproiectează în principal pentru a:

-integra cu ușurință instrumente și caracteristici moderne, pentru a îmbunătăți rezultatele oferite de motoarele de căutare;

-prezenta cele mai noi servicii oferite de bibliotecă, conform dezvoltării ei în timp. O instituție (presupus) dinamică își dezvoltă servicii noi, moderne, care trebuie să fie reflectate corespunzător pe site;

-crește utilizabilitatea și atractivitatea față de utilizatori, care sunt plăcut impresionați de un site cu un design modern, în concordanță cu tendințele generale și cu așteptările lor.

O reproiectare a site-ului ar trebui să includă și construirea unei versiuni pentru dispozitive mobile. Între bibliotecile publice chestionate doar patru au, în prezent, această facilitate construită, cu toate că informațiile oficiale ne spun că accesarea web-ului, în prezent, se face în proporție de 40% de pe smartphone-uri și tablete.

Unde sunt bibliotecile în această lume a dispozitivelor mobile de comunicații și care este strategia de dezvoltare asumată de bibliotecă?

Care este poziția bibliotecii în raport cu rețelele de socializare?

Putem vedea rețelele de socializare ca pe niște canale de comunicare bidirecțională care au la un capăt biblioteca și bibliotecarii și la celălalt capăt un public variat, în cel mai larg sens al cuvântului.

Iată câteva întrebări la care trebuie să răspundem înainte ca biblioteca să își creeze un cont într-o rețea de socializare:

-Ne interesează întreaga comunitate care navighează pe internet sau dorim să ajungem la un anumit public? Care sunt caracteristicile acestuia?

-Care sunt cele mai populare canale social media? Ce ni se potrivește cel mai bine? Publicul la care vrem să ajungem este prezent activ pe această platformă?

-Ce avem să le spunem? În ce domenii așteptăm răspunsuri de la ei?

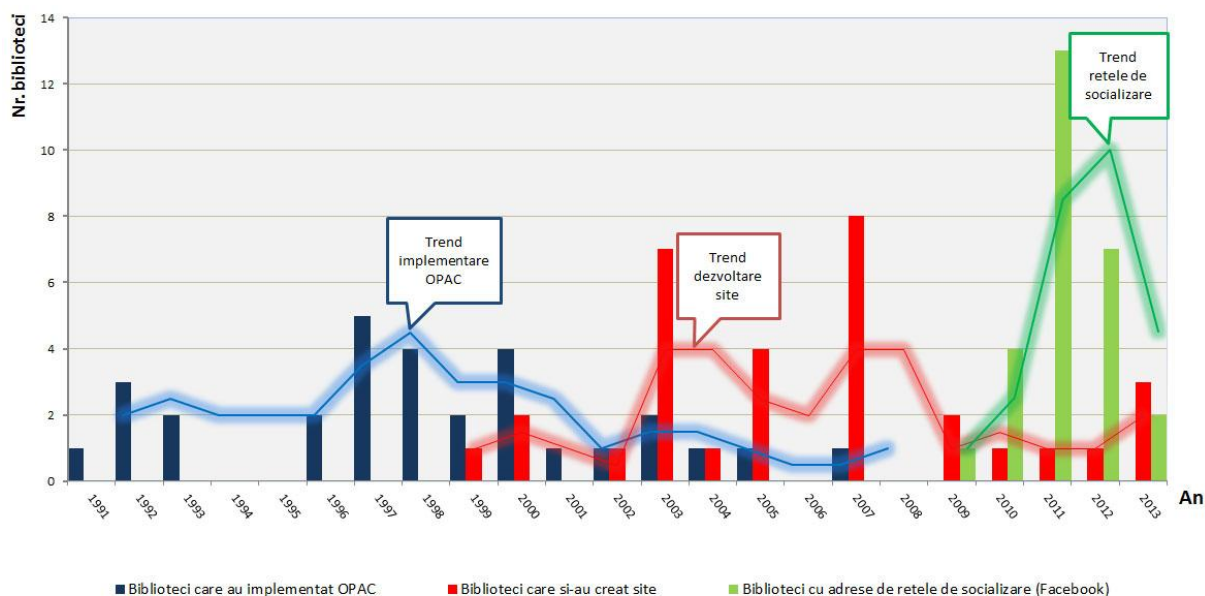
-Dezvoltând acest canal de comunicare ne aliniem unui obiectiv specific din cadrul strategiei de dezvoltare a bibliotecii? Putem constitui un proiect de sine stătător? Care sunt obiectivele acestui proiect?

Nu putem porni într-un asemenea proiect dacă nu suntem convinși de necesitatea și utilitatea lui.

Acest fapt este demonstrat de următoarea situație: există 34 biblioteci județene care au adresă pe Facebook. Se constată că marea majoritate au fost create în anii 2011-2012. La întrebarea care este numărul de postări, în anul 2012, pe adresa de Facebook, răspunsurile date au fost în intervalul 4-1000 postări/an. Este evident că o bibliotecă care intervine online de 4 ori/an fie nu abordează cu seriozitate acest canal de comunicare fie nu a analizat cu profesionalism dacă are ce comunica.

Revine, deci, întrebarea: ”Dezvoltarea comunicării în mediul online este prevăzută în strategia de dezvoltare a bibliotecii?”

Care a fost, de-a lungul timpului, poziția bibliotecii față de mediul online? În graficul următor sunt reprezentate, pe parcursul anilor, momentele în care bibliotecile au ales să realizeze și să integreze în activitatea lor catalogul online, site-ul bibliotecii și adresa de Facebook.



Pe grafic este figurat și trendul, aferent fiecărui set de date, calculat ca medie aritmetică.

Se observă că trendul graficelor ce reprezintă implementarea OPAC-ului și dezvoltarea siteului are o formă anormal alungită, mai degrabă aplatizată, ceea ce indică un proces lung și anevoios, mai degrabă diluat în intenții și nemăsurat în rezultate.

Spre deosebire, trendul graficului ce reprezintă accesul în rețelele de socializare, mai exact în rețeaua Facebook, are o frumoasă formă a clopotului lui Gauss, cu o curbă aproape perfect conturată, bine delimitată în timp. Acest fapt ne indică un fenomen de integrare în

bibliotecii a respectivei facilități web, mult mai apropiată de ceea ce se dorește. Este relativ apropiată în timp față de momentul creării Facebook (2006), într-un mod care ilustrează și caracterul de viralitate al Facebook (în sensul de exemplu de bună practică, preluat prin ”contagiune” de către bibliotecii).

Oare acest fapt se datorează unei mai bune comunicări în interiorul breslei? Unei maturizări în ceea ce privește conștientizarea rolului și importanței prezenței online, alături de publicul nostru? Sau este un efect al faptului că respectiva aplicație este gratuită și ușor de implementat, manevrat și întreținut?

Oricare ar fi răspunsul la aceste întrebări se impune ca bibliotecile să-și asume, în mod conștient și profesionist, crearea, implementarea și monitorizarea unei strategii de promovare în mediul online. Întrebările precum: Ce facem online? Cum facem? Pentru cine facem? merită a primi răspunsuri bine gândite.

Crearea unei strategii de promovare a bibliotecii în mediul online este o provocare de dată relativ recentă, care, tocmai datorită noutății ei nu este abordată întotdeauna cu consecvență și profesionalism. O cauză ar putea fi și faptul că există o anumită volatilitate a multor aplicații software, o incertitudine în ceea ce privește evaluarea modului în care se vor dezvolta unele aplicații web, care sunt apreciate și par promițătoare la un moment dat, dar, sunt supuse unor factori precum moda sau evoluțiile tehnologice.

Din păcate, se constată faptul că lipsa unei strategii la nivel național, lipsa unor linii directoare ale evoluției profesionale, neprecizarea unor obiective cuantificabile, valabile pentru diferitele tipuri de bibliotecii publice, afectează concret evoluția profesională și instituțională. Ezităm și pendulăm, finalizăm foarte greu ceea ce am început.

Fiecare bibliotecă este, practic, pe cont propriu, își construiește un plan strategic și își stabilește niște direcții de dezvoltare proprii, neavând cărui program național sau cărei viziuni integratoare să-și subsumeze acțiunile sau să se raporteze.

Am schițat conturul imaginii pe care bibliotecii publice o au în mediul online tocmai pentru a face cunoscute datele seci, neîmbrăcate în povești, ale realității românești, în speranța că, poate, vom reuși să găsim puterea mobilizatoare necesară pentru a construi împreună modelul pe care vrem să-l atingem.