Website-ul bibliotecii: instrument de marketing în bibliotecile publice judeţene din România

Andreea Bugheanu
Biblioteca Judeţeană „Dinicu Golescu" Argeş
E-mail: andreea_bugheanu@yahoo.com

Andreea Bugheanu a absolvit secţia de Bibliologie şi Ştiinţa Informării din cadrul Facultăţii de Litere, Universitatea Bucureşti şi, în prezent, lucrează în cadrul Bibliotecii Judeţene „Dinicu Golescu" Argeş.

Rezumat

Lucrarea reprezintă o încercare de a determina în ce măsură bibliotecile judeţene din România utilizează website-urile ca instrumente de marketing şi are la bază un studiu efectuat în perioada februarie-martie 2006. Studiul constă în analiza unui chestionar completat de reprezentanţii a 20 dintre cele 26 de biblioteci judeţene care deţineau propriul website în perioada respectivă şi oferă informaţii referitoare la evoluţia numărului biblioteci judeţene care şi-au dezvoltat propriul site, utilizatorii cărora se adresează, serviciile promovate online, planurile de dezvoltare ale website-urilor şi avantajele pe care acestea le oferă pentru bibliotecă şi utilizatorii acesteia.

Cuvinte cheie: *Bibliotecă, Website, Marketing.*

Deşi este cel mai nou mediu în care se realizează schimbul de informaţii, studiile arată că Internetul reprezintă mediul cu cea mai rapidă rată de dezvoltare din istorie. În prezent, se estimează că peste 694 de milioane de oameni cu vârsta de peste 15 ani accesează Internetul, adica aproximativ 14% din populaţia totală a lumii care se înscrie în această grupă de vârstă. (1) Dacă în anul 1993 numărul website-urilor era de aproximativ 600, la mijlocul anului 2000 numărul lor ajunsese la peste 15 000 000. (2)

În ultimii ani, bibliotecile au început şi ele să conştientizeze potenţialul de dezvoltare pe care noile tehnologii îl oferă. Tot mai multe biblioteci au website-uri prin care încearcă să se adreseze nu numai utilizatorilor activi, ci şi utilizatorilor potenţiali sau non-utilizatorilor, cei care sunt mai degrabă atraşi să îşi satisfacă nevoile de informare singuri, printr-o simplă căutare realizată cu ajutorul unuia dintre motoarele de căutare oferite pe Internet.

Site-ul web poate reprezenta un instrument de marketing deosebit de util, cu ajutorul căruia pot să se adreseze direct utilizatorilor, pot să adune cu

BDD-A27115 © 2005-2006 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:58:41 UTC)

foarte multă uşurinţă date despre cine sunt aceştia, care le sunt aşteptările. Pe baza datelor astfel obţinute, îşi pot îmbunătăţi serviciile oferite astfel încât să se adapteze cât mai bine nevoilor de informare ale diverselor categorii de utilizatori.

Principalul avantaj al Internetului este acela că oferă posibilitatea comunicării directe între cel care oferă un serviciu şi beneficiar, iar o bună comunicarea este vitală pentru orice activitate de marketing.

În România, putem spune că utilizarea website-ului ca instrument de marketing se află abia într-o fază incipientă pentru cele mai multe biblioteci judeţene. Dintre cele 42 de biblioteci judeţene (inclusiv Biblioteca Metropolitană „Mihail Sadoveanu" din Bucureşti, care îndeplineşte funcţia de bibliotecă judeţeană pentru judeţul Ilfov), doar 26 au până în prezent website-uri proprii, adică un procent de aproximativ 62% .

Deşi mai mult de jumătate au pagină web proprie, procentul pare mic dacă ţinem cont de faptul că informatizarea reprezintă de câţiva ani unul dintre obiectivele majore în ceea ce priveşte bibliotecile publice.

Celelalte 12 biblioteci judeţene nu sunt vizibile pe Internet: bibliotecile judeţene din Alba, Arad, Bistriţa Năsăud, Botoşani (deşi la un moment dat o existat o pagină web disponibilă la www.petar.ro/biblioteca), Călăraşi, Caraş Severin, Giurgiu, Gorj, Ilfov (Biblioteca Metropolitană desfăşoară în prezent un proiect de realizare a unui site web complex, prin intermediul căruia să ofere acces la o bibliotecă digitală amplă), Mehedinţi şi Teleorman.

Tendinţa actuală indică faptul că bibliotecile publice judeţene sunt din ce în ce mai deschise la idea de a intra în contact cu utilizatorii prin intermediul Internetului, de aceea este posibil ca în perioada imediat următoare cele mai multe dintre ele să îşi dezvolte propriul site sau să îl îmbunătăţească pe cel deja existent, transformându-l dintr-o simplă sursă de informare într-un instrument interactiv prin care să atragă utilizatorii către bibliotecă, să îşi promoveze produsele şi serviciile şi să propună servicii destinate exclusiv utilizatorilor la distanţă, distribuite chiar prin intermediul paginii web.

Instrumentul de bază al marketingului on-line de bibliotecă este pagina web. Pagina web reprezintă legătura dintre bibliotecă şi utilizatorii ei, sub forma imaginii şi textului.

Bibliotecile publice judeţene diferă de alte tipuri de biblioteci prin publicul pe care îl deserveşte, prin modul de organizare, prin funcţiile pe care le îndeplinesc. În ultimii ani s-au derulat programe de informatizare, s-a încercat crearea unei reţele de biblioteci judeţene, s-au investit sume importante în modernizarea lor, precum şi în creşterea fondului documentar.

BDD-A27115 © 2005-2006 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:58:41 UTC)

Cu toate că multe dintre aceste biblioteci județene au pagini web proprii de mai mulți ani, abia acum încep să înțeleagă în ce fel pot fi utilizate pentru promovarea serviciilor. Pagina web nu mai reprezintă un simplu instrument de informare, o transpunere online a broşurii de prezentare a bibliotecii.

În contextul unui mediu care pune accentul din ce în ce mai mult pe concurență şi pe noile tehnologii ale informării şi comunicării, bibliotecile trebuie să apeleze la instrumente de marketing moderne, care să vizeze un public țintă tânăr sau familiarizat cu tot ceea ce presupune regăsirea de informație online, pentru care uşurința în a regăsi informații punctuale, cu un cost minim (în ceea ce priveşte efortul depus, timpul scurs între formularea cererii şi primirea răspunsului) este un factor esențial.

Metoda de cercetare la care am apelat a fost chestionarul distribuit prin intermediul e-mailului. A fost o modalitate foarte eficientă de a testa în ce măsură unui eventual utilizator interesat i se oferă posibilitatea să contacteze biblioteca prin intermediul paginii web şi în ce măsură există un feedback din partea acesteia. Colectarea datelor s-a desfăşurat în perioada februarie-martie 2006, atunci când am trimis chestionare prin intermediul poştei electronice tuturor bibliotecilor județene din România care dispun de pagini web, iar răspunsurile le-am primit tot prin intermediul e-mail-ului.

Am recurs la trimiterea chestionarelor prin intermediul e-mailului deoarece această metodă prezintă câteva avantaje foarte importante (3): costul redus, viteza (în câteva ore am reusit să trimit peste 20 de e-mailuri cu texte personalizate în funcție de biblioteca județeană căreia îi era adresat), raza de acțiune (am reuşit să intru în contact cu bibliotecile județene din toată țara, fără să mai fiu nevoită să mă deplasez), rata de răspuns (chestionarele transmise prin e-mail pot fi mai bine primite de repondenți; în general, cei care îşi verifică mesajele sunt gata să interacționeze).

Prima etapă în desfăşurarea studiului a constat în identificarea tuturor bibliotecilor județene din România care au o pagină web proprie.

În cea de-a doua etapă am alcătuit un chestionar care cuprinde 10 întrebări deschise, prin care am urmărit să ating câteva puncte esențiale pentru stabilirea modului în care bibliotecile județene folosesc pagina web a bibliotecii ca instrument de marketing (Anexa 2). Apoi am trimis câte un chestionar la adresele de contact specificate pe site,

În total ar fi trebuit să trimit chestionare către 26 de biblioteci județene, însă am descoperit că adresele menționate la secțiunea „Contact" nu funcționau în cazul a trei pagini web (deci, pot spune că în aceste cazuri gradul de interactivitate este foarte scăzut, eventualii utilizatorii interesați nu pot afla mai multe informații): Biblioteca Județeană Covasna, Biblioteca

BDD-A27115 © 2005-2006 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:58:41 UTC)

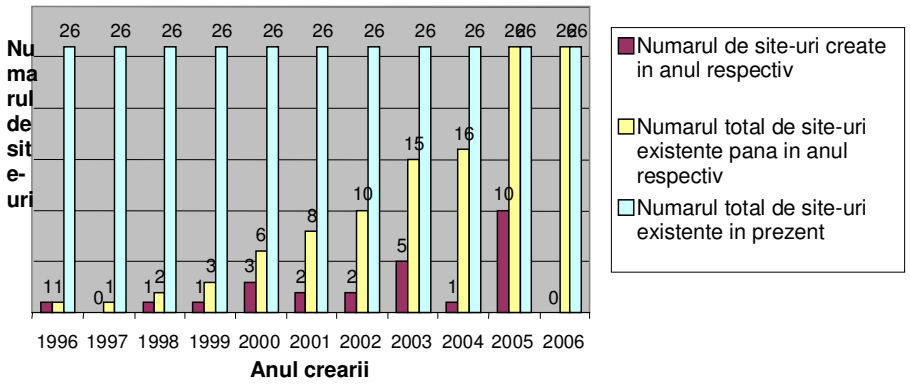
Judeţeană „Şt. Bănulescu" Ialomiţa şi Biblioteca Judeţeană Bacău, al cărei site web este încă în construcţie.

Din cele 23 de biblioteci contactate, 20 mi-au returnat chestionarele completate pe adresa de e-mail specificată, deci rata de răspuns a fost foarte ridicată (87%). Cele trei biblioteci care nu au completat chestionarul au fost: Biblioteca Judeţeană „Panait Istrati" din Brăila, Biblioteca Judeţeană „Vasile Voiculescu" Buzău şi Biblioteca Judeţeană „Nicolae Iorga" din Prahova.

Datorită faptului că am optat pentru un chestionar cu întrebări deschise, datele obţinute nu pot fi interpretate cu uşurinţă cantitativ, statistic, decât în cazul primelor două întrebări. Celelalte răspunsuri se pretează mai degrabă unei interpretări calitative, în funcţie de părerile exprimate de respondenţi.

Întrebarea 1. Când a fost lansată pagina web a bibliotecii dumneavoastră?

După cum reiese din răspunsurile primite, primul site al unei biblioteci judeţene din România a apărut în anul 1996 (o variantă a siteului Bibliotecii Judeţene din Cluj). Treptat numărul paginilor web a început să crească, astfel încât în anul 2000 ajunsese la 6, iar în prezent numărul total este de 26. Anul 2005 reprezintă anul cu cea mai spectaculoasă creştere, când 9 websiteuri noi.



Evoluţia numărului de biblioteci judeţene care au site-uri proprii pe Internet

Site-urile bibliotecilor judeţene s-au dovedit a fi de-a lungul timpului instrumente de marketing dinamice, care s-au adaptat schimbărilor din domeniu şi cererilor utilizatorilor. Multe dintre acestea se află în prezent la a doua variantă. Este cazul paginilor web ale bibliotecilor judeţene din Argeş, Dolj, Iaşi, Mureş şi Timişoara, care au fost modificate, pornind de la grafică şi până la serviciile ce pot fi accesate online.

BDD-A27115 © 2005-2006 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:58:41 UTC)

Întrebarea 2. Cine se ocupă de realizarea/întreținerea siteului? Ați angajat o firmă specializată sau intră în sarcinile unui anumit departament/angajat?

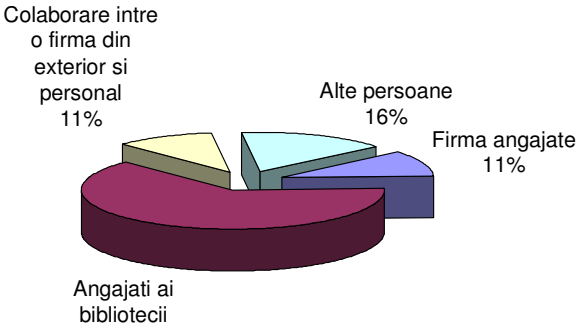
Răspunsurile primite relevă faptul că există patru tendințe majore în ceea ce priveşte delegarea responsabilității pentru realizarea şi întreținerea unei pagini web a bibliotecii:

a) pagina este realizată şi actualizată de angajați din interiorul bibliotecii, cu precădere de cei care lucrează în cadrul departamentului informatizare (62%);

b) biblioteca angajează o firmă specializată de webdesign (deşi este evident faptul că firma respectivă trebuie să colaboreze cu biblioteca) care va realiza şi întreține site-ul pe baza unui contract, care prevede şi un anumit onorariu pentru serviciile prestate (11%);

c) biblioteca colaborează cu firme sau persoane din exterior pentru realizarea site-ului, dar de actualizare se ocupă personal din interior; această modalitate este mai economică, deoarece de multe ori colaborarea se desfăşoară ca urmare a unei bune relații între bibliotecă şi persoana respectivă, ceea ce contribuie semnificativ şi la reducerea costurilor;

d) responsabilitatea creării site-ului revine unei persoane care nu lucrează în bibliotecă, nici nu este angajată de aceasta; aşa s-a întâmplat în cazul realizării paginilor web ale bibliotecilor din Sălaj, Suceava sau Vrancea.



Responsabilitatea creării site-ului

Întrebarea 3. Care sunt costurile aproximative de realizare/întreținere a siteului şi din ce fonduri sunt acoperite aceste costuri?

Nici una dintre biblioteci nu a încercat să evidențieze cu precizie costurile pe care le implică pagina web. În majoritatea cazurilor, după cum am putut observa din răspunsurile primite, costurile destinate strict realizării

BDD-A27115 © 2005-2006 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:58:41 UTC)

şi întreţinerii paginilor web tind către 0, deoarece site-urile sunt postate pe servere gratuite, iar actualizarea lor este făcută de angajaţi ai bibliotecii.

Unii dintre repondenţi au menţionat printre aceste costuri salariile angajaţilor care se ocupă de întreţinerea siteului (deşi în afară de site fişa postului menţionează şi alte sarcini şi atribuţii), costurile reprezentate de consumul de energie electrică şi achiziţia şi întreţinerea echipamentelor.

În cazul bibliotecii judeţene „V.A. Urechia" din Galaţi, directorul adjunct Liviu Iulian Dediu include şi „*costurile unor operaţiuni care nu pot fi evaluate, cum ar fi: realizarea de poze în format digital la manifestările instituţiei şi procesarea lor pentru cuprinderea în paginile site-ului, digitizarea colecţiilor, redactarea ştirilor, care este făcută în colaborare cu diverse persoane, colaborarea cu bibliotecile publice din judeţ care furnizează date cu caracter factologic, dezvoltarea şi întreţinerea secţiunii de „resurse" care este continuu actualizată şi optimizată de către Secţia Referinţe, serviciul de răspuns la întrebările de referinţă prin e-mail, furnizarea serviciului de acces la bazele de date ale instituţiei*".

Biblioteca Judeţeană Harghita reprezintă un caz particular, deoarece siteul său a fost realizat de o firmă de specialitate, ceea ce a implicat alte costuri: realizarea paginii web a costat în jur de 800 RON, iar actualizarea este aproximativ 150 RON/an, dacă se face o singură dată pe an.

Biblioteca Judeţeană G.T. Kirileanu din Neamţ plăteşte anual o taxă de 15 dolari celor de la www.domreg.ro pentru găzduirea siteului, iar biblioteca judeţeană Vaslui menţionează costul de achiziţionare a domeniului, aproximativ 200 RON.

Toate bibliotecile judeţene acoperă aceste costuri din bugetul propriu, fonduri publice provenite de la instituţiile cărora le sunt subordonate, consiliile judeţene.

Întrebarea 4. Cărui segment de utilizatori vă adresaţi prin intermediul site-ului bibliotecii?

Răspunsurile primite demonstrează însă că o preocupare pentru segmentarea pieţei căreia se adresează este puţin evidentă în cazul majorităţii bibliotecilor judeţene.

Aproximativ 55% din subiecţii chestionaţi, reprezentând 11 biblioteci judeţene, au afirmat că prin intermediul siteului se adresează tuturor categoriilor de utilizatori. Acest lucru este motivat de faptul că „*prin natura bibliotecii (bibliotecă publică), noi suntem obligaţi să acordăm atenţie tuturor segmentelor de utilizatori, indiferent de vârstă sau*

BDD-A27115 © 2005-2006 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:58:41 UTC)

preocupare", afirmă Dan Păun, responsabilul serviciului Informatizare din cadrul Bibliotecii Astra din Sibiu. Celelalte biblioteci propun alt model de segmentare.

În cazul bibliotecii județene din Piatra Neamț, utilizatorii vizați sunt cu preponderență cei potențiali, „*pe care încercăm să îi facem să ne calce pragul*" (Cristina Catană, responsabil Departamentul Imagine).

Website-ul bibliotecii județene din Harghita se adresează comunității locale, dar şi „*bibliotecilor din țară şi de peste hotare (în special Ungaria), deoarece cu ajutorul catalogului online vrem să contribuim la îmbunătățirea activității de împrumut interbibliotecar*" (Kis Eva).

Biblioteca județeană „Alex şi Aristia Aman" din Dolj se adresează prin intermediul siteului „*în principal segmentului de utilizatori tineri, obişnuiți cu utilizarea Internetului*" (Vasilica Anghel, inginer de sistem). Pagina web a bibliotecii județene din Argeş se adresează „*utilizatorilor activi şi utilizatorilor potențiali ai bibliotecii, fără să ne propunem să acoperim un grup țintă riguros definit. Prin noua noastră pagină dorim să ne atragem şi mult mai mulți utilizatori din rândul copiilor cu vârsta cuprinsă între 5-12 ani*" (Mihaela Voinicu)

După cum se poate observa, bibliotecile județene nu îşi gândesc website-urile ca instrumente de marketing prin care să se adreseze unor segmente de utilizatori bine definite. Pornind de la o minimă segmentare, ar putea să determine mult mai clar ce îşi doreşte fiecare categorie şi ar putea să îmbunătățească atât imaginea pe care şi-au creat-o pe Internet, cât şi serviciile pe care le oferă.

Prin intermediul serviciilor de monitorizare a traficului pe site se pot obține date despre țările de unde se accesează o pagină electronică. Faptul că websiturile bibliotecilor județene româneşti sunt accesate din țări precum S.U.A, Marea Britanie, Egipt, Franța, Spania, Israel, Germania, Canada, Australia, Ungaria, Italia etc. demonstrează că utilizatorii potențiali cărora se adresează site-ul nu ar trebui să se reducă doar la membrii comunității. Pentru aceşti utilizatori virtuali, care accesează pagina web, dar nu se pot deplasa acolo unde se găseşte biblioteca ar trebui dezvoltate servicii specifice, disponibile online, care să satisfacă nevoile lor de informare, să crească notorietatea instituției în rândul lor şi să asigure vizibilitate la un nivel mult mai extins, nu doar local. Aceşti utilizatori ar putea fi atraşi prin servicii de tipul referințe prin e-mail (disponibile în mai multe limbi de circulație internațională, nu doar în română), consultarea unor baze de date sau periodice online, linkuri către alte site-uri, consultarea unor cărți în format digital, servicii de traducere sau chiar tutoriale.

BDD-A27115 © 2005-2006 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:58:41 UTC)

Întrebarea 5. Câți utilizatori accesează pagina web a bibliotecii zilnic/săptămânal/lunar?

Monitorizarea traficului pe site (numărul de accesări) reprezintă un instrument eficient de evaluare a impactului pe care acesta îl are în rândul utilizatorilor şi, implicit, al eficienței acestuia ca instrument de marketing.

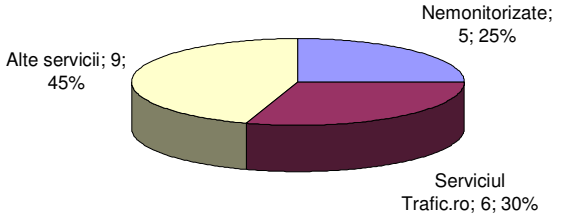
Pe baza datelor obținute în urma monitorizării se poate stabili cât de des a fost vizitat site-ul zilnic, săptămânal, lunar sau chiar anual, care pagini au fost accesate cel mai des (ceea ce oferă indicații despre serviciile preferate de utilizatori, ce informații îi interesează), câți utilizatori au revenit, referrerul sau cum au ajuns la site-ul bibliotecii (direct - prin tastarea adresei în browserul web, căutare cu ajutorul unui motor de căutare, accesarea unui link de pe o altă pagină), țara de origine a vizitatorilor site-ului etc.

În cazul bibliotecilor județene chestionate, monitorizarea traficului pe pagina electronică se face în mai multe feluri :

- 6 dintre ele (Argeş, Braşov, Dolj, Maramureş, Neamț, Vâlcea) sunt înregistrate pe trafic.ro, un serviciu de analiză a siturilor de Internet din punct de vedere al numărului de vizitatori, care cuprinde două secțiuni/servicii: **Ranking** ("clasament" sau "top") - care listează siteurile în funcție de numărul de vizitatori şi **Tracking** (sau "counter") - analiză a traficului (pe ore, zile, săptămâni şi luni), a profilului vizitatorilor (țări, sisteme de operare, browsere, afişare) şi a promovării siturilor respective (analiza referrer);

- 9 biblioteci (Cluj, Dâmbovița, Galați, Harghita, Mureş, Sălaj, Satu Mare, Suceava, Vrancea) folosesc alte servicii gratuite de monitorizare a traficului (Webalizer, Free Hit Counter, Statcounter)

- 5 biblioteci județene (Constanța, Iaşi, Sibiu, Timişoara, Vaslui) nu utilizează astfel de servicii de monitorizare a traficului, iar numărul de utilizatori care accesează zilnic site-ul este doar estimativ.



Monitorizarea traficului pe site-urile bibliotecilor publice județene

Monitorizarea traficului pe siturile altor biblioteci similare poate oferi indicii extrem de importante pentru activitatea de marketing

BDD-A27115 © 2005-2006 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:58:41 UTC)

desfăşurată de o bibliotecă. Este evident că, dacă traficul pe site-ul unei biblioteci scade, înseamnă că utilizatorii sunt nemulţumiţi fie pentru că nu a mai fost actualizat, fie a scăzut calitatea serviciilor disponibile sau informaţiile oferite nu mai au relevanţă pentru ei.

Întrebarea 6. Ce servicii ale bibliotecii urmăriţi să promovaţi prin intermediul site-ului?

Pe siturile bibliotecilor judeţene din România sunt promovate cu precădere:

- Serviciile existente şi în mod tradiţional - menţionate de majoritatea bibliotecilor chestionate;
- Informaţii despre evenimentele, manifestările culturale organizate de bibliotecă;
- Informaţii cu caracter general despre acces, colecţii sau de interes local;
- Servicii noi, specifice mediului virtual: referinţe prin e-mail, legături utile, baze de date etc.;
- Catalogul online;
- Lista noilor achiziţii.

Pe lângă aceste servicii promovate de majoritatea bibliotecilor, se remarcă şi altele originale. Biblioteca judeţeană din Harghita doreşte să promoveze prin intermediul paginii web împrumutul interbibliotecar; catalogul online va conţine şi date din cataloagele altor biblioteci din judeţ. De asemenea, se are în vedere şi posibilitatea de a putea face rezervări, prelungiri sau chiar împrumuturi online. Acest serviciu este deja funcţional pe site-ul bibliotecii judeţene Cluj, unde se doreşte să se pună la dispoziţia cititorilor anumite facilităţi cum ar fi: posibilitatea vizualizării fişei cititorului, a istoricului împrumutului, trimiterea prin e-mail a informaţiilor despre o carte etc.

Pagina electronică a bibliotecii din Satu Mare are în vedere în special serviciile de relaţii cu publicul. Pagina web a bibliotecii judeţene Neamţ promovează Centrul de Informare Turistică „Gheorghe Iacomi” „*deoarece considerăm că trebuie să punem accentul pe ceea ce avem mai special, noi ca zonă, şi modul cum valorificăm acest lucru*.” (Cristina Catană, responsabil Departamentul Imagine)

Totuşi, website-urile bibliotecilor judeţene au în continuare un caracter informativ pentru că se axează mai ales pe prezentarea serviciilor tradiţionale, a colecţiilor şi mai puţin un caracter interactiv, dinamic, orientat către utilizatorul văzut ca potenţial „client”. De aceea, prezenţa unor servicii disponibile exclusiv online este foarte scăzută.

BDD-A27115 © 2005-2006 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:58:41 UTC)

Întrebarea 7. Care dintre serviciile oferite prin intermediul site-ului sunt cel mai des utilizate?

Cele mai multe răspunsuri (55%, adică 11 repondenți din cei 20) indică drept cel mai des utilizat serviciu oferit prin intermediul site-ului catalogul online. Posibilitatea de a accesa catalogul online direct de pe pagina bibliotecii înseamnă şi reducerea unor costuri, exprimate prin efortul depus pentru căutare, şi sporirea gradului de accesibilitate a serviciilor bibliotecii.

Pe pagina web a bibliotecii din Cluj, cel mai des utilizate servicii sunt cele care oferă acces la resurse web.

Un caz special îl reprezintă pagina bibliotecii județene Dâmbovița, unde cel mai des utilizat serviciu este cel de comunicare de acte normatice. Liviu Iulian Dediu, director adjunct al bibliotecii din Galați, menționează că cele mai utilizate servicii oferite prin intermediul website-ului sunt: secțiunea Q&A (de întrebări şi răspunsuri), resursele web, baza de date şi Info-ghidul (informații factologice - adrese, telefoane - despre principalele localități din județ).

Întrebarea 8. Cât de des este actualizată informația de pe site-ul bibliotecii?

Răspunsurile relevă faptul că, în general, bibliotecile județene îşi actualizează site-urile doar atunci când apar noutăți, în funcție de ritmul de schimbare a informațiilor ce trebuie prezentate. Însă nu precizează la ce se referă aceste noutăți. Există şi biblioteci care au o preocupare constantă de a menține treaz interesul utilizatorilor prin actualizări foarte dese, chiar zilnice sau săptămânale. Graficul de mai jos prezintă frecvența cu care sunt actualizate paginile web ale bibliotecilor județene.

Bibliotecile din Constanța, Galați, Iaşi şi Mureş actualizează zilnic informațiile prezentate pe site, cele din Braşov, Dolj şi Neamț săptămânal, iar site-ul bibliotecii județene Argeş este actualizat lunar. În Vrancea, actualizarea se face trimestrial, iar în Harghita şi Vâlcea semestrial, deoarece aşa este specificat în contractele încheiate cu firma care a realizat website-ul. În Sălaj actualizarea se face anual.

În cazul bibliotecii județene din Timişoara, vechiul site nu mai este actualizat deloc. În schimb, se lucrează la realizarea unei variante noi.

Întrebarea 9. Există un plan pe termen mediu/lung privind dezvoltarea paginii web a bibliotecii dumneavoastră?

Nu este suficient să realizezi o pagină web a bibliotecii doar pentru că aşa practică majoritatea bibliotecilor similare. Pentru ca site-ul să atingă

BDD-A27115 © 2005-2006 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:58:41 UTC)

potențialul maxim de promovare a bibliotecii şi de comunicare cu utilizatorii trebuie să fie dezvoltat constant, mai ales că domeniul tehnologiilor informării şi comunicării este extrem de dinamic. Ceea ce poate părea un serviciu sau o interfață grafică de ultimă oră acum, e posibil să fie desuet peste doar câteva luni.

90 % dintre bibliotecile județene din România (18 din cele 20 chestionate) afirmă că au elaborat planuri pe termen mediu sau lung pentru dezvoltarea paginii web. Doar două biblioteci (biblioteca județeană „G.T. Kirileanu" din Neamț şi biblioteca județeană „Antim Ivireanul" din Vâlcea) nu au în vedere asemenea planuri, însă motivația lor este diferită.

În cazul bibliotecii din Neamț, Cristina Catană spune că nu există o astfel de strategie pentru că „*domeniul, fiind unul cu o dinamică atât de impresionantă, orice planificare de acum ar putea părea ridicolă peste trei ani. Strategia noastră este aceea de a ține pasul cu tot ceea ce se întâmplă şi se cere în acest domeniu.*" La Vâlcea situație este determinată în mare măsură de lipsa fondurilor.

Biblioteca județeană Argeş dorește ca prin intermediul sitului să insereze module care vor realiza un contact cât mai direct cu utilizatorii, precum şi să promoveze servicii inedite pentru a atrage noi utilizatori.

La Cluj, proiectele de dezvoltare a sitului sunt gândite pe termen mediu „*deoarece tehnologiile se dezvoltă în ritm foarte rapid şi o planificare pe termen lung ar fi total anacronică*", susține Sorina Stanca, şef serviciu Informare şi Documentare.

În cazul paginii electronice a bibliotecii Județene „I. H. Rădulescu" Dâmbovița, există un plan pe termen lung care include posibilitatea vizualizării descrierilor bibliografice fie prin intermediul unui catalog online static, fie dinamic.

Planul de dezvoltarea a paginii web a bibliotecii județene Dolj prevede:

- Dezvoltarea catalogului online;
- Realizarea serviciului „Întreabă bibliotecarul" online;
- Rezervări de documente online;
- Dezvoltarea de resurse electronice postate pe site;
- Informări locale şi europene online;
- Implementarea catalogului de personalități doljene.

Planurile de dezvoltare a paginii web a bibliotecii județene din Maramureş includ oferirea posibilității ca utilizatorul să viziteze virtual biblioteca, precum şi îmbunătățirea serviciilor existente, iar în cazul bibliotecii din Mureş se dorește promovarea activităților desfăşurate în bibliotecă, dezvoltarea serviciului de răspunsuri la întrebările utilizatorilor

BDD-A27115 © 2005-2006 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:58:41 UTC)

prin e-mail, dezvoltarea variantelor paginii web în limbile maghiară şi engleză.

Planul de dezvoltare pe termen mediu/lung al bibliotecii judeţene Harghita se referă la realizarea unui catalog online colectiv. Momentan catalogul conţine doar date privind Biblioteca Judeţeană Harghita şi numai intrările din anii 2003-2005, dar se prevede dezvoltarea bazei de date proprii şi totodată prezentarea în acest catalog online a colecţiilor bibliotecilor din judeţul Harghita, nu numai ale bibliotecilor orăşeneşti, dar şi ale celor comunale.

În cazul bibliotecii din Timiş, unde situl este încă în faza de construcţie, se doreşte implementarea unor facilităţi precum:

- Forum
- Biblioteca virtuala: în prezent se lucrează la digitizarea unei părţi a ziarelor vechi aflate în colecţia bibliotecii, care să fie accesibile pe Internet cât mai curând. De asemenea se digitizează unele cărţi publicate de departamentul bibliografic al bibliotecii judeţene Timiş şi cărţi pentru care deţinătorii de copyright şi-au dat acordul şi care vor fi acesibile pe net;
- Acces web la catalogul digital;
- Site-ul ar putea avea o secţiune pentru secţia de artă, unde ar putea fi ascultate online sau downloadate fişiere de muzică aflate în colecţia bibliotecii.

Întrebarea 10. În ce măsură consideraţi că este utilă pentru activitatea de promovare a bibliotecii dumneavoastră existenţa unei pagini web şi ce avantaje oferă pentru bibliotecă şi utilizatorii săi?

Victor Petrescu, directorul bibliotecii „Ion Heliade Rădulescu" Dâmboviţa, vede în pagina web un instrument util „*din punct de vedere al creşterii numărului de utilizatori, prin aceasta realizându-se un circuit al documentelor mai eficient*."

„*Este foarte utilă alături de alte instrumente de promovare*", consideră Sorina Stanca, şefa Serviciului de Informare şi documentare din cadrul bibliotecii judeţene Cluj. Pagina web poate reprezenta doar una dintre modalităţile de a aduce biblioteca în atenţia utilizatorilor, însă trebuie asociată şi cu alte instrumente de promovare.

Tot pe latura de informare şi comunicare cu publicul insistă şi Vasilica Anghel, inginer de sistem la biblioteca judeţeană „Alex şi Aristia Aman" din Dolj: „*Reprezintă un mijloc modern, rapid şi eficient de promovare a activităţii bibliotecii. Împreună cu celelalte servicii electronice nou create, pagina web este un mijloc important de informare şi*

BDD-A27115 © 2005-2006 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:58:41 UTC)

comunicare cu publicul. Oferă posibilitatea informării utilizatorilor asupra activităţilor bibliotecii şi asupra documentelor ce pot fi consultate de utilizatori prin catalogul online. Oferă informaţii despre proiectele propuse şi desfăşurate în cadrul bibliotecii."

Alte opinii, pun accent pe faptul că prezența pe Internet este aproape obligatorie în contextul actual. „*În zilele noastre dacă nu eşti pe Internet nici nu exişti. Este foarte importantă pagina web pentru promovarea instituției. Avantajul este că poți fi accesat oricând şi de oriunde, bineînțeles pentru acesta trebuie să ai un site pus la punct, care să conțină cele mai recente informații. Ne străduim să atingem acest nivel*." (Kis Eva, Biblioteca Județeană Harghita)

„*În conformitate cu progresul actual al tehnologiilor web/multimedia este necesar ca şi bibliotecile să se sincronizeze cu acestea. În plus, multe dintre biblioteci au început să îşi construiască site-uri web, astfel că a devenit aproape o modă*", crede Alexandru Iovanovici, administrator de rețea, Departamentul de Informatizare al bibliotecii județene din Timiş.

Importanța paginii web este catalogată drept '*vitală*' de Dan Păun, responsabil Serviciul Informatizare din cadrul bibliotecii județene ASTRA Sibiu, „*dacă stăm să ne gândim la baza de date şi la faptul că în viitorul apropiat catalogul on-line va fi singura sursă de a căuta descrierea unei unități bibliografice, intenționându-se să se renunțe definitiv la cataloagele tradiționale*."

Directorul adjunct al bibliotecii județene Galați, Liviu Iulian Dediu, enumeră printre avantajele oferite de pagina web: „*suport pentru dezvoltarea comunicării interne şi pentru creşterea transparenței în implementarea politicilor şi a deciziilor bibliotecii, furnizarea de servicii cât mai aproape si cât mai comod posibil de utilizatorii noştri, furnizarea de servicii noi care extind capacitatea de furnizare, inclusiv a serviciilor tradiționale (ex. împrumutul interbibliotecar)*".

Ionel Alexe, bibliograf în cadrul bibliotecii „Ioan N. Roman" Constanța prezintă avantajele oferite de pagina web atât din perspectiva utilizatorului, cât şi a bibliotecii. Avantajele pentru utilizatori sunt: „*acomodarea cu serviciile bibliotecii înainte de a o vizita efectiv, informare rapidă, posibilitatea accesului de la distanță, lectura documentelor electronice postate pe site",* iar pentru bibliotecă: *„promovarea serviciilor şi activităţilor bibliotecii, creşterea numărului de utilizatori, protejarea unor documente degradate prin digitizarea şi postarea lor pe site*."

Cristina Catană, responsabila Departamentului Imagine de la biblioteca județeană din Neamț, pune în legătură avantajele oferite de

BDD-A27115 © 2005-2006 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:58:41 UTC)

utilizarea paginii web ca instrument de marketing cu faptul că bibliotecile încep să resimtă şi ele presiunile unei piețe concurențiale: „*Existența unei pagini web este utilă în măsura în care este utilă orice modalitate de a ne face cunoscuți, de a se şti despre noi, de a ne face cunoscută utilitatea în acest mediu care începe sa fie tot mai concurențial - serviciile care oferă informație. Atâta vreme cât conştientizăm că nu trebuie să ne mai comportăm ca şi cum am avea monopol pe această piață, trebuie să facem ceea ce face orice actor de pe o piață concurențiala. Pentru utilizatorii săi este deocamdata în parte utilă. Mai utilă va fi când vom reuşi să ataşăm site-ului catalogul online*."

„*Pagina web a unei instituții este în fond o carte de vizită, o semnalare a activității acesteia. Consider că este esențială existența unui site care să prezinte şi să promoveze serviciile noastre din următoarele motive: este un mijloc de comunicare comod, relativ uşor şi disponibil 24 ore/zi; este un canal de comunicare deschis nu numai diseminării de informație, ci şi dialogului efectiv; are costuri reduse comparativ cu alte mijloace de promovare. Din punct de vedere al utilizatorului consider că acesta economiseşte timp şi beneficiază de informații actuale, ce îi sunt necesare, într-un mod uşor şi confortabil (este un fel de creştere a „calității vieții")*", consideră Mihaela Voinicu, director adjunct al bibliotecii județene din Argeş.

Valentin Smedescu, bibliotecar în cadrul Compartimentului „Îndrumare metodică în teritoriu", biblioteca județeană „Antim Ivireanul" Vâlcea. El consideră că: „*Promovarea activității unei biblioteci prin una sau mai multe pagini web nu este doar utilă, este ESENȚIALĂ. E atât de importantă, încat consider că ar trebui impusă prin Legea bibliotecilor... bibliotecile care nu au pagini web, practic, nu există, sunt doar nişte „jucători" în „divizia județeană" a bibliotecilor*".

Note

(1) http://www.comscore.com/press/release.asp?press=849/ accesat 2 februarie 2006
(2) http://www.jhemans.powerup.com.au/webdesigns/default.htm / accesat 2 februarie 2006
(3) HAIG, Matt. Manual de e-marketing. Bucureşti: Rentrop&Straton, 2005, p. 27

BDD-A27115 © 2005-2006 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:58:41 UTC)