

**Biblioteca Județeană „G. T. Kirileanu” Neamț  
- Strategii de promovare a imaginii -**

**CRISTINA CĂȚANĂ**  
*Biblioteca Județeană „G. T. Kirileanu” Neamț*

Pentru a se menține în atenția cititorilor săi și a trezi interesul unor noi segmente de public, instituția bibliotecară are nevoie de o promovare continuă și eficientă. Ca instituție cu o identitate socială<sup>1</sup> bine consolidată, la nivelul Bibliotecii Județene „G. T. Kirileanu” Neamț, promovarea constă într-un complex de activități prin care se urmărește fidelizarea utilizatorilor, construirea unei imagini pozitive a instituției la nivelul comunității servite, edificarea încrederii clienților și a colaboratorilor în valoarea și diversitatea colecțiilor, ținuta manifestărilor și profesionalismul personalului bibliotecii, ca și atragerea unor noi segmente de piață – acestea fiind constituite din grupurile de utilizatori potențiali.

Imaginea, ca și complex de concepții, idei și impresii pe care o persoană le asociază unui obiect, este un factor de influențare a deciziilor și a comportamentelor umane. În cazul particular al bibliotecii, imaginea acesteia va determina rezidenții dintr-o anumită zonă să o frecventeze sau nu, să o susțină sau nu, să participe sau nu la acțiunile ei. De aceea, în esență, promovarea imaginii presupune o bună comunicare cu toate structurile comunității.

În ansamblu, promovarea imaginii bibliotecii constă în efortul de a ține pasul cu ritmul amețitor al evoluțiilor înregistrate în cadrul societății contemporane, tot mai des catalogată ca fiind una a informației.<sup>2</sup> Această actualizare și racordare permanentă a serviciilor oferite de instituție la noutățile existente pe piața informației și la solicitările utilizatorilor oferă imaginea unei instituții dinamice, moderne și, nu de multe ori, surprinzătoare pentru cei care-i calcă pentru prima dată pragul. Atunci se constată, cu oarecare regret, că în mentalul colectiv s-a păstrat imaginea bibliotecii tradiționale, aceea a unui spațiu modest și relativ intim, unde sunt mai degrabă depozitate cărți și colecții de publicații periodice, că se impune – deci – o politică ofensivă, prin care să se promoveze noua față a bibliotecii. Astfel, biblioteca trebuie să fie percepută ca

<sup>1</sup> Dumitru Iacob, *Relațiile publice*, București, Editura comunicare.ro, 2003, p. 16.

<sup>2</sup> Ionel Enache, *Marketingul în bibliotecă*, București, Editura Universității din București, 2003, p. 62.

spațiu în primul rând al accesibilității totale, în care se pune accentul pe informație, ca element de natură să diminueze discrepanțele dintre membrii societății.

### **Obiective de imagine**

Ca instituție de cultură dependentă ca sursă de finanțare de bugetul consiliului județean, Biblioteca Județeană „G. T. Kirileanu” Neamț are ca obiective de imagine provocarea de schimbări atitudinale la nivelul membrilor comunității și pentru aceasta are în vedere creșterea notorietății sale, stimularea unei atitudini pozitive și, în final, acțiunea propriu-zisă. În acest context se au în vedere trei etape: informarea, comunicarea, schimbarea.

Pentru atingerea acestui obiectiv principala trebuință, fie că e vorba de personal competent, fie că e vorba de timp necesar de alocat activităților specifice, fie că e vorba de logistică, sunt banii.

Fiindcă resursele financiare sunt modeste în ansamblul lor și bugetul ce poate fi destinat promovării de imagine se rezumă cel mai adesea la acoperirea cheltuielilor pentru editarea unor pliante, semne de carte (cu calendar și mici texte promoționale) sau ghiduri de bibliotecă – acestea din urmă realizându-se doar o dată la 5 ani și numai în ultimii 10 ani! – în cadrul Bibliotecii Județene „G. T. Kirileanu” Neamț promovarea personală are un rol mai important în cadrul politicii de promovare a imaginii. Această metodă pune accentul pe personalul care asigură dialogul direct cu diverse segmente de piață: coordonatorii compartimentelor de relații cu publicul, personalul care asigură completarea colecțiilor, persoanele specializate în acțiunile de animație culturală și – nu în ultimul rând – directorul instituției. Astfel, satisfacerea promptă și competitivă a nevoilor de informare și studiu este mesajul esențial promovat de „agenții” bibliotecii. Funcția lor este complexă: pe de o parte ei acționează ca un seismograf, înregistrând reacțiile și componentele orizontului de așteptare al utilizatorilor, iar pe de altă parte se manifestă ca purtători ai imaginii bibliotecii.

### **Servicii „netradiționale” în sfera tradițiilor**

Subiect de dezbatere în cadrul breslei, ponderea între serviciile „tradiționale” și cele „netradiționale” (acestea din urmă tinzând, prin noutate, să capete o aderență tot mai mare la utilizatori) se pune desigur și în cadrul Bibliotecii Județene „G. T. Kirileanu” Neamț, ca modalitate de adaptare continuă la progresul tehnologic și diversificarea cerințelor utilizatorilor. Evident, în aceste condiții se ține totdeauna seama și de specificul zonei, al comunității, ba – nu de puține ori – chiar și de „furia” momentului, adaptând astfel oferta de servicii la „piața” necesităților.

Astfel, înființarea în anul 2002 a unui **Centru de Informare Turistică** (C.I.T.) n-a fost rezultatul ambiției de a crea cu orice preț „ceva nou”, prin care biblioteca să iasă în evidență pe plan local și chiar național. Apariția C.I.T.-ului a fost concretizarea firească a unor necesități de informare și comunicare receptate ca atare la nivelul unui spațiu geografic și economic care, fie ca unitate teritorial-administrativă, fie ca mare comunitate dintr-o zonă montană plină de pitoresc și obiective de mare interes (aici se află Ceahlăul, marele lac de acumulare Izvorul Muntelui și Cheile Bicazului, tot aici se află Cetatea Neamțului, Humuleștii lui Creangă și cea mai mare densitate de schituri și mânăstiri din Europa!) ce își poate găsi prin turism relansarea și prosperitatea. La fel au gândit ulterior și colegii din alte câteva biblioteci județene, între care și cea din Constanța, localitate de un indiscutabil interes turistic.

Un alt nou compartiment „netradițional” în cadrul Bibliotecii „G. T. Kirileanu” a fost la data înființării sale, în urmă cu șapte ani, **Centrul de Informare Comunitară** (C.I.C.). Gândit inițial ca un compartiment menit să identifice, să organizeze și să disemineze informațiile privind comunitatea țărilor membre ale Uniunii Europene, acest Centru a căpătat de îndată și o componentă tradițională locală. Astfel, atribuțiile C.I.C. de valorificare a informațiilor și a publicațiilor privitoare la cadrul juridic, social-economic și instituțional ce guvernează relațiile comunitare la nivel de U.E. au fost curând completate cu misiunea de a radiografia și spațiul comunităților locale, la nivel de județ și fiecare localitate în parte.

Sigur, în acest caz, a existat un oarecare antecedent „tradițional” în sensul că exista la nivelul specific muncii de bibliotecă, preocuparea de a crea baze de date bibliografice (din publicațiile periodice, mai ales) referitoare la viața politică, economică, socială și cultural-artistică a comunităților locale din județ. Din perspectiva nou înființatului Centru de Informare Comunitară, aceste informații s-au extins foarte mult, bazele de date sau implicarea solitară sau în parteneriat a Bibliotecii Județene „G. T. Kirileanu” Neamț incluzând numeroase alte oportunități de informare a utilizatorilor și activități specifice de promovare a imaginii. Astfel, C.I.C. constituie și valorifică baze de date privind structura și regimul de funcționare cu publicul ale instituțiilor și organizațiilor de interes public, rețeaua serviciilor și unităților din domeniul utilităților, oportunitățile de formare, perfecționare și reconversie profesională, piața locurilor de muncă, rețeaua de învățământ, sfera serviciilor medicale și de asistență sanitară, procedurile eliberării, modificării și anulării actelor de stare civilă și de proprietate etc.

## Flexibilitate și pragmatism

De asemenea, înființarea în vara anului 2000 a secției BIBLIONET (compartiment de servicii publice Internet), cu un program de funcționare între orele 8<sup>00</sup>-22<sup>00</sup>, în timp ce programul bibliotecii era numai până la ora 19<sup>00</sup>, este tot un exemplu de adaptare a ofertei bibliotecii la cererile de informare existente în cadrul comunității. Ulterior, pe măsură ce, pe de o parte, la nivelul comunității au apărut din inițiativă particulară mai multe săli cu acest specific, iar pe de altă parte tot mai multe persoane au ajuns să aibă acces Internet și de la propriul domiciliu, programul acestei secții s-a redus, aliniindu-se la cel al întregii bibliotecii și la cerințele care continuă să se manifeste din partea utilizatorilor fidelizați. În condițiile în care accesul la Internet nu este încă generalizat pentru toți locuitorii interesați din cadrul orașului, iar biblioteca oferă o alternativă decentă (ca preț, ambient și condiții de navigare), interesul pentru BIBLIONET este real, din partea a numeroase persoane.

De altfel, în cadrul Bibliotecii Județene „G. T. Kirileanu” Neamț promovarea imaginii se realizează, de regulă, după principiul **să faci lucruri bune și să vorbești despre ele**. Este, desigur, atât rezultatul unei gândiri pragmatice, având deplină acoperire în zicala potrivit căreia „faptele vorbesc cel mai bine”, cât și o firească adaptare la situația resurselor bugetare, de îndată ce pentru o promovare care să presupună mai multă logistică publicitară nu există din păcate destule fonduri. În schimb, apariția bibliotecii în domenii atât de surprinzătoare pentru utilizatorii – și chiar partenerii – obișnuiți cu imaginea „tradițională” a bibliotecii publice este de natură să sporească prestigiul instituției, să provoace reconsiderări pozitive legate de imaginea ei.

În acest context menționat, „vorbitul despre lucrurile bune” se face fie prin mass-media locală (3 canale de televiziune, 2 posturi de radio și 4 cotidiene), deosebit de interesată să culegă informații și să efectueze înregistrări la numeroasele activități din bibliotecă, fie prin intermediul site-ului web al bibliotecii, care se adresează tuturor categoriilor vizate de promovarea imaginii. În ceea ce-i privește pe locuitorii orașului Piatra-Neamț și ai județului, există desigur o majoritate reprezentativă, care nu are acces la o asemenea sursă de informare (pagina web), așa că informația din mass-media le oferă cea mai consistentă compensare.

Prin urmare, la nivelul Bibliotecii Județene „G. T. Kirileanu” Neamț se consideră că promovarea imaginii nu este o activitate „în sine” ori una ce trebuie încorsetată în tipare rigide, ținându-se în acest sens seama de specificul domeniului de activitate al instituției, de specificul zonei geografice și demografice în care-și desfășoară activitatea, de disponibilitățile financiare și eficiența soluțiilor adoptate – în concluzie, realizându-se o continuă adaptare la condițiile existente și

factorii implicați, astfel ca rezultatele să corespundă necesităților reale ale instituției.

**„G. T. Kirileanu” Neamț County Library  
- Strategies of Promoting the Library Image -**

We have to admit that public library has to be close connected to its readers needs; in order to respond in an appropriate manner to their requests, it needs to open some communication channels to all social groups that might be interested in library services.

Because of financial resources, that are quite limited, libraries have to replace „traditional” means – such as folders, calendars etc. – by something more „professional”: the social statute of library, as an institution, and implicitly, of its representants, as the image of the highest intelectual level.

Another way of attracting readers is to offer them new, untraditional, services, such as the organizing of CIC (Center of Comunity Information), CIT (Centre of Touristic Information), connection to Internet etc.