

CULTURA SERVICIILOR BIBLIOTECII PUBLICE ÎN ERA COMUNICĂRII ȘI DIGITIZĂRII

*Conf. univ. dr. Lidia KULIKOVSKI,
director, Departamentul studii și cercetări*

Abstract

We are living in the world of services. The library by its mission is an institution that offers services. The article talks about the orientation of libraries to the new community services, which are the unique chance for the future.

Without diminishing the known library services (loan, on-site loan, events etc.), which still exist and in the modern library, the author provides examples of new library roles, necessary for the new community services based on the technology and the individual interest of their community members, arguing by the affirmations of specialists as Seth Godin, Tomas Frey, Neil Geyman etc.

*In a comprehensible manner, the author provides the definition of the term **community services** (creating value for anyone), insisting that the libraries will receive the profit by offering services to someone. The message of the article is a challenge - to infuse the passion for qualitative services and to delivery the principles of qualitative services in schools, in community, in libraries and to interlace into the each members of community lives. The education of culture of service in libraries is imperative. Along with this message challenge the author provides an overview of services based on the results of discussions with „B.P. Hasdeu” Municipal Library librarians.*

Together with this message the author provides a classification of services based on the discussions with the librarians of the B.P. Hasdeu Municipal Library.

Keywords: *orientation to services, culture of services, language of services, communica-*

tion of services, practices and tips, typology of public library services.

Împrumut, sală de lectură, centru de servicii sociale, de servicii culturale, centru al comunității, laborator de inovare... Cât de departe se poate extinde biblioteca publică? Aceasta-i întrebarea pe care și-o pun tot mai mulți specialiști în biblioteconomie!

Bibliotecile de astăzi, versiuni Apple ale instituției bibliotecare din epoca Dewey / Carnegie, continuă să se modernizeze, la mai multe scări, de la structurile lor fundamentale la proiectarea de interfețe web, la rețea cu infrastructură tehnică. Procesul de modernizare a asigurat evoluția bibliotecii de-a lungul istoriei, și va rămâne valabil acest proces pentru instituțiile noastre și în viitor. La fiecare etapă, contextele – spațiale, politice, economice, culturale – în care bibliotecile au funcționat, s-au schimbat, astfel încât acestea sunt, în mod continuu ele însele și mijloacele prin care oferă servicii informaționale vitale, pasibile reinventării. Bibliotecile și-au asumat, de asemenea, o serie de schimbări ale funcțiilor sociale și identitare / simbolice. Ele simbolizau, în trecut, eminența unui conducător sau a unui stat, pentru a lega integral „cunoașterea” cu „puterea” – și, mai recent, pentru a servi ca „centre comunitare”, „piețe / spații publice” etc., aparent metafore moderne. Bibliotecile din Alexandria, bibliotecile din Grecia

și Roma antică au fost centre filozofice, intelectuale, centre comunitare cu piscine și băi publice, bowling, biliard, alături de rafturile cu carte. Pe scurt, biblioteca a fost întotdeauna un loc în care infrastructuri informaționale și sociale se intersectau în cadrul unei infrastructuri fizice care (în mod ideal) susțineau rolul ei dictat de epoca respectivă. Astăzi biblioteca miroase a Silicon Valley, a epistemologie antreprenorială, care prioritizează „soluții” și produce „cunoaștere”.

Mai nou, de bibliotecă s-a lipit o nouă metaforă – „platformă” – un cuvânt foarte solicitat de lumea modernă, care propune să gândim la biblioteci ca la platforme deschise. Modelul platformă, reconcentrează atenția de la acumularea resurselor la instigarea spre rețele dezordonate, dar bogate, ca resurse generatoare de idei pentru oameni. Biblioteca din Alexandria era o platformă – avea o parte ca muzeu, alta, cu grădini botanice, laboratoare, spații de locuit și săli de mese, adică cantine, cafenele – nu doar locul pentru traducerea și copierea textelor nenumărate și elaborarea unei colecții magnifice, dar și pentru lansarea lucrărilor lui Euclid, Arhimede, Eratostene și ale colegilor lor.

Bibliotecile publice sunt adesea văzute ca „instituții de oportunitate”. Oamenii apelează la biblioteci pentru a accesa internetul sau alte resurse comunitare, pentru a primi ajutor. Bibliotecile subliniază beneficiile pe care le oferă pentru imigranți, seniori, persoane în căutarea unui loc de muncă, pentru elevi, antreprenori. Acestea nu sunt toate serviciile sociale pe care le poate oferi biblioteca.

O bibliotecă publică astăzi e un facilitator, e un conector. Ar trebui să privim biblioteca ca teritoriul minții civice, teritoriul celor mai multe și eficiente servicii sociale, care contribuie, astfel participativ, la dezvoltarea spiritului civic comunitar [4, p. 19]. Ca un punct de reper civic, este un

simbol a valorilor comunității care comunică deschiderea sa pentru toată lumea. O bibliotecă bine concepută (sau reconcepută) poate reflecta caracterul unei comunități în toată multiplicitatea sa, și ceea ce reprezintă, de fapt ea.

Legat de această abordare se discută intens despre bibliotecă ca incubator – incubator de idei, de proiecte, inițiative comunitare etc. Acest concept se leagă foarte bine și cu rolul educațional al bibliotecii pentru comunitate. În viziunea expertului în creativitate Sir Kenneth Robinson, *rolul educațional e asemeni rolului incubatorului și vrea – școli creative, biblioteci creative, profesori creativi, bibliotecari creativi, școli incubatoare, biblioteci incubatoare*¹.

În cele din urmă, trebuie să recunoaștem rolul serviciilor milenare ale bibliotecii – împrumut la domiciliu, consultarea documentelor în sălile de lectură sau alte spații specializate, organizarea de manifestări rămân, în continuare, de bază în biblioteca modernă [5]. Pe lângă acestea, rolurile noi, listate mai sus, ale bibliotecilor solicită servicii comunitare, tehnologice și orice alte servicii de interes public pliate pe interesele individuale ale membrilor comunităților pe care le servesc. În susținerea acestei supoziții vin cu argumente oameni, specialiști notorii ca Seth Godin², Tomas Frey³, Neil Geyman⁴.

A oferi servicii, în termeni inteligibili înseamnă a crea valoare pentru altcineva [3, p. 11]. Aspectul pozitiv, individual, este

¹ Lidia Kulikovski. *Biblioteca incubator – un concept modern sau tradițional: discuții, puncte de vedere ale angajaților BM „B.P. Hasdeu”*. În: Bibliopolis, 2015, nr. 2, vol. 57, p. 11+19.

² Seth Godin, autor al volumelor *Vaca mov* (a inspirat fondarea Clubului „Biblioteca Mov”, care a funcționat în perioada 2011-2013) și *Triburi*, ambele prezente în colecția BM.

³ Tomas Frey, director executiv și viitorolog principal la Institutul Da Vinci.

⁴ Neil Geyman, scriitor, ambasador al cărții și lecturii.

că, acordând servicii cuiva, beneficiile se răsfrâng și asupra bibliotecarilor. Furnizându-le altora servicii bibliotecile își îmbunătățesc relațiile, rețeaua de susținători și contribuie la propriul succes. Provocarea globală – se confruntă toți cu ea – *constă în a insufla pasiunea pentru servicii superioare în toate culturile, domeniile. Principiile livrării unor servicii superioare ar trebui predate în școli, practicate în comunități și întrețesute în însăși textura vieților noastre* [3, p. 20]. E și pentru bibliotecari.

În cadrul unei ședințe la Cafeneaua „Chindii profesionale”, discutând subiectul *Cultura serviciilor*, participanții au elaborat un registru de servicii pe care le furnizează Biblioteca Municipală cu filialele ei. Sumar, le putem clasifica în următoarele categorii:

(1) *servicii tradiționale* (acces la informație, consultări în sălile de lectură, împrumut la domiciliu, organizare manifestări);

(2) *servicii de referințe* (tradiționale și virtuale);

(3) *servicii speciale* (externe, extramuros, încetățenit la BM „B.P. Hasdeu”), pentru persoane cu dizabilități, persoane înaintate în vârstă;

(4) *servicii noi, de ultimă decadă* (servicii de instruire a utilizatorilor, la cererea / necesitatea lor), servicii web, voluntariat, comunicare on-line, acces la bazele de date, documente electronice, împrumut carte electronică (încetățenite la BM);

(5) *servicii suport* (tipologie de servicii evidențiată de grupul Impact *BiblioNet*, oferite pentru susținerea altor tipuri de servicii) [2, p. 51] (constituirea bibliotecii digitale, catalog electronic partajat, acces la informații prin intermediul serviciilor mobile, acces la informație prin intermediul tehnologiilor de rețea fără fir (wireless), digitizare, valorificarea memoriei locale, sistem integrat de bibliotecă.

Prelucrarea, analiza și interpretarea datelor obținute vor cizela și vor modela o tipologie a serviciilor care va fi recoman-

dată bibliotecilor publice ca orientare în organizarea serviciilor.

Trăim și muncim într-o lume complet saturată de servicii. Totodată, cunoaștem că există o mare carență între multitudinea de servicii și calitatea lor. Multe instituții și indivizi / bibliotecari sunt incapabili să furnizeze / să presteze, în mod consecvent, servicii satisfăcătoare clienților / utilizatorilor. Bibliotecile? Nu au încă o cultură a serviciilor, au de învățat cultura serviciilor. Biblioteca are o structură specifică, a sa. Construirea unei culturi are, la rândul ei o structură / o arhitectură din 12 piloni [3, p. 116]. Iată cei 12 piloni fundamentali ai Culturii serviciilor:

- *limbajul comun al serviciilor;*
- *viziunea captivantă asupra serviciilor;*
- *recrutarea în servicii;*
- *îndrumarea în servicii;*
- *comunicarea aferentă serviciilor;*
- *recunoașterea și recompensarea serviciilor;*
- *vocea utilizatorului;*
- *măsurarea și evaluarea serviciilor;*
- *procesul îmbunătățirii serviciilor;*
- *redresarea și garantarea serviciilor;*
- *etalonul serviciilor;*
- *metode de urmat în servicii.*

Bibliotecile încă nu au încetățenită o cultură a serviciilor (nu s-a depus efort de instruire în acest sens, doar izolat, la alegerea celor care abordau problema utilizatorilor și serviciilor), bibliotecile, deși au îmbrățișat orientarea pe utilizator, nu sunt de acord cu sintagma „utilizatorul este regele”, sau cu principiul „utilizatorul întotdeauna are dreptate” și nu au încercat, măcar, să cartografieze serviciile. Am intervievat mii, zeci de mii de utilizatori, sute de angajați, am explorat modul în care au evoluat atitudinile, utilizarea bibliotecii, strategiile, practicile, le-am analizat, dar nu am mers mai departe, nu am explorat și cum se combină toate aceste elemente în constru-

irea unei culturi a serviciilor, a unor servicii de excelență, după cum ne-am asumat. Credem că e timpul s-o facem acum! Când vine vorba despre construirea unei culturi a serviciilor, calea e mai puțin clară. Depinde de pasiunea unei echipe, a unui conducător sau de personalitatea unui fondator.

Noi am încercat, la „Chindii”, să facem un audit / o analiză a culturii serviciilor prin existența sau inexistența, starea celor 12 piloni fundamentali.

O analiză, un audit ale acestor piloni la BM „B.P. Hasdeu” a identificat părțile forte,

părțile vulnerabile ale unor piloni și chiar și pilonii lipsă.

Dar există și o tipologie a calității serviciilor care conferă forță și vitalitate culturii serviciilor – *Cele șase niveluri ale serviciilor*. Există servicii *incredibile* (fantastice, încântătoare, experiențe legendare), *surprinzătoare* (speciale, surprinzătoare, neașteptate), *dorite* (preferate, prietenoase, flexibile, prompte), *previzibile* (nivel standard), *minime* (dezamăgitoare) și *infracționale* (sub minim...). Tipologia calității serviciilor generează și o tipologie a utilizatorilor de

Piloni	Ce cunoaștem, ce avem?	Ce-i de făcut?	Responsabili
Limbajul comun al serviciilor	Avem.	Să-l învățăm!, să-l practicăm, să-l promovăm. Să-l facem înțeles pe scară largă și frecvent utilizat de către toți. Angajații de la FedEx afirmă cu mândrie că prin vene le curge sânge mov. Noi ce putem spune?	Departamentul dezvoltare și comunicare, toate subdiviziunile BM.
Viziunea captivantă asupra serviciilor	Avem <i>Codul serviciilor</i> .	Revizuirea anuală a <i>Codului serviciilor</i> adaptându-l la schimbările din societate și schimbările necesităților utilizatorilor. Să-l respectăm de la managementul de vârf la bibliotecar cu aceeași responsabilitate. Viziunea s-o învățăm, s-o promovăm cu înflăcărare neregizând pe toată lumea pentru a acționa și a o transforma în realitate.	Managementul de vârf, leadershipul.
Recrutarea în servicii	Nu avem.	Recrutăm oameni care susțin viziunea serviciilor. Revizuirea <i>Politicii de recrutare</i> cu stipulații concrete de recrutare în servicii.	Managementul de vârf, Serviciul resurse umane.
Îndrumarea în servicii	Nu avem. Izolată. Ocazional.	Noii angajați trebuie să se simtă informați, inspirați, încurajați și motivați să contribuie la cultura serviciilor. Elaborarea unui suport educațional de inițiere în servicii.	Departamentul dezvoltare și comunicare.
Comunicarea aferentă a serviciilor	Nu avem. Izolată. Ocazional. Feedback-ul nu se fixează, nu se analizează și nu se face public. Nu avem istorii de succes.	Comunicarea dinamică în domeniul serviciilor informează și educă dacă transmite tuturor informații relevante, feedback prompt, povești de succes pe tema serviciilor, provocări și obiective actuale. Educație pentru feedback. Educație pentru istorii de succes. Respectarea <i>Codului cu privire la promptitudinea feedbackului</i>	Departamentul dezvoltare și comunicare.

Piloni	Ce cunoaștem, ce avem?	Ce-i de făcut?	Responsabili
Recunoașterea și recompensarea serviciilor	Recunoașterea și recompensarea nu e orientată pe servicii, doar pe activități culturale. Izolată, ocazional, de către unele departamente și servicii.	Motivarea echipei să celebreze succesele în implementarea serviciilor pentru comunitate, contribuie la focalizarea și încurajarea obținerii unor rezultate foarte bune. Serviciile noi – prioritate în fiecare an, nu o dată la cinci ani.	Managementul de vârf, leadershipul, Serviciul resurse umane.
Vocea utilizatorului	Parțial	Obținem feedback permanent (<i>Codul serviciilor</i> , p. 8). Comentariile, complimentele, nemulțumirile sunt voci cruciale și trebuie împărtășite cu întreaga bibliotecă. Respectarea compartimentului <i>Gestionarea feedbackului din Codul serviciilor BM</i> (p. 9-12).	Departamentul dezvoltare și comunicare, toată suflarea BM.
Măsurarea și evaluarea serviciilor	Da / Nu. Măsurăm activitatea nu serviciile...	Criterii clare focalizate asupra proiectării unor noi acțiuni și crearea unor noi rezultate pozitive. Oamenii trebuie să înțeleagă ce se măsoară, de ce și ce trebuie de făcut pentru a-și atinge ținta.	Managementul de vârf, leadershipul, Departamentul dezvoltare și comunicare.
Procesul îmbunătățirii serviciilor	Se realizează, dar nu la cota maximă, dorită, ca să ajungă la rezultate.	Planificarea îmbunătățirii continue. Continuă – dinamism, diversitatea metodelor, nivel ridicat al participării; să dezvoltăm oamenii o mentalitate axată pe servicii și să căutăm consistent moduri de îmbunătățire a experienței utilizatorilor și colegilor pe intern.	Departamentul dezvoltare și comunicare, șefii de subdiviziuni, șefii de filiale, servicii, oficii, bibliotecarii.
Redresarea și garantarea serviciilor	Da / Nu.	Redresarea și garantarea serviciilor transformă utilizatorii nemulțumiți în susținători loiali, iar pe angajați în adepți puternici. Abilitatea echipei de a se regrupa, de a-și reveni și a trece la pasul următor după fiecare sincopă. Garanția nu este doar asigurarea că lucrurile vor merge mai bine, este o promisiune că vom îndrepta situația dacă e scăpată de sub control.	Managementul de vârf, Departamentul dezvoltare și comunicare.
Etalonul serviciilor	Nu.	Descoperim și aplicăm cele mai bune practici din interior și din exteriorul domeniului	Departamentul dezvoltare și comunicare, departamente, servicii ale BM.
Metode de urmat în servicii	Nu.	Promovarea practicilor bune, a serviciilor de excelență. Toată lumea este un model în servicii. Liderii, managerii, fiecare angajat trebuie să se ridice la înălțimea angajamentelor luate prin acțiuni puternice, zi de zi.	Departamentul dezvoltare și comunicare.

servicii. Respectiv: serviciile încântătoare transformă utilizatorii în *ambasadori*; cele surprinzătoare în *susținători*, cele dorite în utilizatori *neutri*, cele previzibile în *dezertori*, iar cele minime și infraționale în *adversari*.

Pornind de la această tipologie a utilizatorilor raportată la tipologia calității serviciilor putem analiza situația în bibliotecile noastre. Ca să nu dăm cu presupusul bibliotecarii BM au fost rugați să răspundă la o simplă întrebare: „Ce fel de servicii oferite publicului, după tipologia calității, primează la biblioteca Dvs.?” Răspunsul presupunea un exercițiu de evaluare estimativă – mergând pe tiparul tipologiei calității expuse mai sus să ofere o cotă procentuală de la 5 la 100 % fiecărui tip. Pentru a facilita acest exercițiu li s-a furnizat o descriere a fiecărui tip de calitate a serviciilor.

Răspunsurile au fost, pentru noi, previzibile. Răspunsurile nu au deviat de la ipoteza pe care s-a construit acest exercițiu: majoritatea serviciilor oferite de filialele BM sunt *previzibile* – locul I cu 85 %; pe locul II, cu același punctaj procentual de 5 %, s-au clasat serviciile *surprinzătoare*, *dorite* și *minime*. Rezultatele obținute au fost,

totodată, și surprinzătoare. 1 % a acumulat categoria *incredibile*, calificativ foarte greu de atins. Credem că bibliotecarii au atribuit, curajos, șanse serviciilor incredibile pentru a se reprezenta ca buni, asumându-și pe viitor prestarea lor pentru că descrierea acestor servicii nu putea, presupuneam noi, să se regăsească în registrul serviciilor BM. Bibliotecarii au punctat corect argumentele: lipsa mijloacelor financiare și materiale, precum și potențialul uman (e dificil acum să interpretăm ce au avut în vedere – lipsa resurselor umane sau lipsa instruirii (potențial competițional) pentru a presta servicii incredibile. Suntem de acord cu argumentul invocat de ei că serviciile incredibile necesită investiții mari.

La cele 5 % de servicii *surprinzătoare* participanții au listat aceleași argumente ca la categoria *incredibile* adăugând, inspirat, necesitatea cultivării creativității bibliotecarilor și dezvoltării gândirii vizionare; nu suntem vizionari; ne e greu să anticipăm, nu cunoaștem tendințele de dezvoltare a domeniului și a lumii serviciilor. La fel putem afirma că și serviciile surprinzătoare necesită investiții, dar nu atât materiale, cât emoționale și sentimentale pe care bibliotecarii le împărtășesc cu ge-

Nr. crt.	Tipologia serviciilor	% din numărul total de servicii prestate	Argumentele Dvs. pentru justificarea scorului acordat
1.	Incredibile	1 %	Nu avem mijloacele financiare, materiale suficiente și potențial uman pentru a presta servicii incredibile; serviciile incredibile necesită investiții mari.
2.	Surprinzătoare	5 % diferit la diferite filiale și se referă la activități culturale la care BM și filialele ei excelează.	Aceleași argumente listate mai sus, plus necesitatea cultivării creativității bibliotecarilor și dezvoltării gândirii vizionare; nu suntem vizionari, nu cunoaștem tendințele de dezvoltare a domeniului și a lumii serviciilor.
3.	Dorite	5 %	De informare, culturale, lectură, tehnologie, implicarea utilizatorilor în activități ș.a.
4.	Previzibile	85 %	Lectură, informare.
5.	Minime	5 %	Filiale mici, puncte de lectură, funcționare part time.
6.	Sub minim	0 %	

nerozitate. De remarcat faptul că știu precis de ce au nevoie pentru a asigura acest nivel de servicii. Dacă ne referim la potențialul uman ca instruire, competență amintim că Departamentul studii și cercetări a realizat un șir de ateliere, începând cu 2012 (*Activitatea experiențială în bibliotecă*) despre aspectele serviciilor incredibile și s-au adus destule exemple de la Biblioteca „Ițic Mangher”, „Ștefan cel Mare”, „Onisifor Ghibu”, N. Titulescu de servicii incredibile.

Descrierea serviciilor! În 2014 au învățat, s-au familiarizat cu *Conceptul WOW în bibliotecă, Munca ca teatru, Gândirea design în activitatea bibliotecilor, Loializarea utilizatorilor*. În 2015 toate 11 subiecte ale *Cafenelei biblioteconomice* s-au bazat pe inovare, experimente, prototipuri și exemple de servicii incredibile și surprinzătoare. Feedbackul, obținut prin răspunsurile bibliotecarilor noștri, demonstrează că nu-i de ajuns, că resursele umane ale BM sunt fluctuante, iar noii veniți trebuie incluși în instruirile pentru servicii și inovare.

Avem bibliotecari experimentați, competenți, buni profesioniști care, cum s-a mai specificat știu ce doresc utilizatorii, știu de ce au nevoie ca să le satisfacă cerințele foarte diverse. Cu toate acestea categoria serviciilor *dorite* au acumulat, ca și cele *surprinzătoare*, doar 5%. Bibliotecarii invocă lipsa instrumentelor tehnologice. Le dăm dreptate!

Bibliotecile, mari și mici, fac eforturi considerabile pentru a rămâne relevante într-o societate care se schimbă rapid. Munca, impresionant de ambițioasă, are loc în multe biblioteci din Republica Moldova, în multe biblioteci-filiale ale BM pentru a ajusta, a îmbunătăți și a crea noi servicii pentru comunități, pentru a atrage mai mulți utilizatori. Însă, sunt departe de a fi mulțumite de rezultate și impact. Într-o prezentare – *Modernizarea și diversificarea serviciilor de bibliotecă: note norvegiene* (o găsiți pe Slide Share), Robert Coravu ofe-

rea o soluție pentru problema diminuării numărului de utilizatori în bibliotecă – modernizarea și diversificarea serviciilor furnizate de bibliotecă. Preocupările actuale ale bibliotecilor sunt orientate spre atragerea, implicarea și păstrarea utilizatorilor, spre găsirea unui avantaj profesional sustenabil. Bibliotecile, așa cum sunt astăzi amenajate, dotate nu au impresia vizuală necesară, așteptată de utilizatori, ele nu spun prin design, că sunt locuri de întâlnire, spații publice pentru toată lumea, centre de învățare, incubatoare de idei, spații pentru democrație, spații în care poți să te exprimi, să dansezi, să joci, să cânti, să te regăsești pe tine însuși, ele nu-și spun povestea impresionantă de actor și contributor comunitar.

Într-un articol de dată recentă – *Cartea nu mai este un produs, e un serviciu* – autorul susține că acest produs și instrument milenar, ca și biblioteca, se scrie și se editează pentru un anumit public – copii, adulți, cercetători, artiști etc., este țintită spre un anume public, exact ca și serviciile... Economia trece de la axarea pe producție la servicii și ne găsește, în mare măsură, nepregătiți.

Serviciile cerute de timpul și lumea digitală sunt poarta de acces a bibliotecilor către noi perspective.

Referințe bibliografice

1. Dediu, Liviu-Iulian. *Managementul serviciilor pentru utilizatori în bibliotecile contemporane*. ABRM. București, 2012. 274 p.
2. Ciuraru, Corina. *Servicii pentru comunitate în bibliotecile publice din România*. Brăila: Proilavia, 2013, 86 p.
3. Kaufman, Ron. *Cultura serviciilor superioare*. București: Publica, 2013, 372 p.
4. Kulikovski, Lidia. *Accesul persoanelor dezavantajate la potențialul bibliotecilor*. Chișinău: Epigraf, 2005, 288 p.
5. *IFLA Public Library Service Guidelines* (2010). Disponibil: <http://www.degruyter/viewbook/product/43971>