

**BS USARB**

Biblioteca Științifică a Universității de Stat „Alec Russo” din Bălți



COLLOQUIA BIBLIOTHECARIORUM  
*IN MEMORIAM FAINA TLEHUCI,*  
*ediția a V-a, 23 februarie 2017*

# COMUNICAREA ÎN SPAȚIUL VIRTUAL

Gherda PALII, bibliotecar,  
Centru Informatizare și activități în rețea  
Lilia ABABII, bibliotecar principal,  
Oficiul Referințe bibliografice

# MEDIUL EXTERN

clientii și piețele

situația  
geografică

## MEDIUL INTERN

- structura
- cultura
- valorile
- stilurile manageriale
- comunicarea
- tehnologia

gradul de integrare  
tehnologică și de inovare

dezvoltarea istorică și  
originea serviciului  
informațional

condițiile  
cultural sociale

resursele  
financiare  
disponibile

# TEHNOLOGIA

Tehnologia este unul din principalii factori din interiorul organizației care influențează rămânerea în competiție a acesteia. De asemenea, tehnologia poate fi folosită în scopul de a îmbunătăți imaginea Bibliotecii. Potrivit unor studii din sfera managementului, succesul unei companii este direct proporțional cu imaginea pe care o promovează aceasta. Acest lucru este valabil și în domeniul managementului cultural. O bibliotecă care reușește să își formeze o imagine pozitivă are șansa să atragă un număr mai mare de utilizatori. Biblioteca trebuie să emită permanent semnale către comunitate, să intensifice comunicarea și să mențină atenția utilizatorului. Acest lucru este posibil atunci când imaginea existentă se îmbogățește cu noi elemente și servicii de bibliotecă.

Learning Classroom  
Educational Online Computer Design Teaching  
Research Education Instructional  
Experience  
**Technology**



# INTERNETUL

## **important mijloc de informare și promovare a noilor servicii**

Internetul la moment servește drept principal mijloc de informare și promovare a noilor servicii. Prin intermediul internetului biblioteca are acces la noi instrumente de comunicare eficientă și rapidă pe care le poate utiliza pentru promovarea valorilor proprii și pentru a-și consolida imaginea. În categoria acestor instrumente putem nominaliza: pagina web, blogul, rețele sociale, poșta electronică.



# OBIECTIVELE COMUNICĂRII VIRTUALE



- să fim receptați (văzuți, auziți sau citiți)
- să fim înțeleși (mesajul nostru să fie decodificat)
- să fim acceptați (mesajul să nu fie respins)



- să provocăm o reacție (o schimbare de percepție, de interpretare, de atitudine sau de comportament).



O comunicare virtuală eficientă depinde de comportamentul celor care participă la ea. Societatea are nevoie de reguli cu care toată lumea să fie de acord și mai ales pe care, toată lumea să le cunoască și respecte. În anul 1994, editura Albion Books a publicat cartea Virginiei Shea Netiquette. În această carte au fost formulate și explicate zece reguli de bază ale netichetei și principiile de bază ale rezolvării problemelor legate de comportamentul în spațiul virtual.

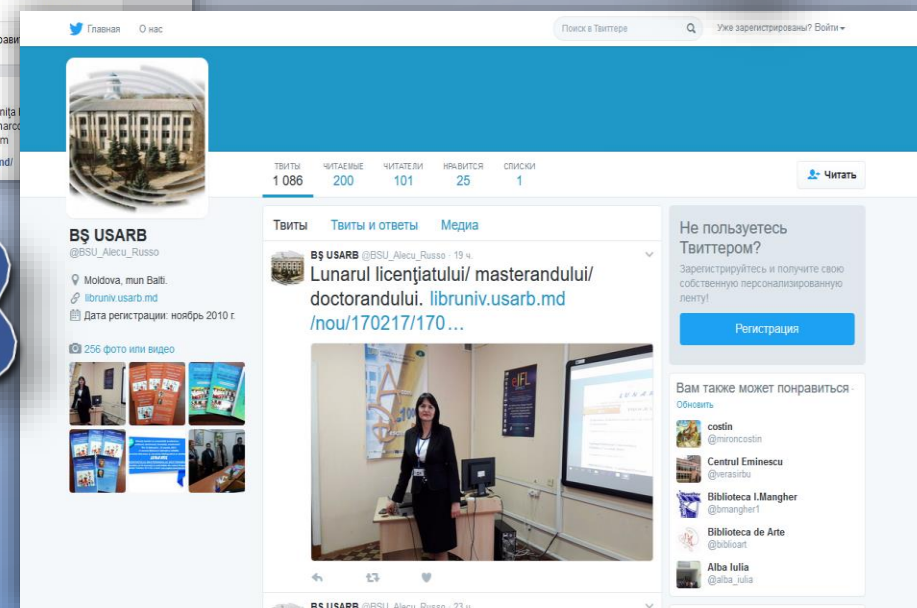
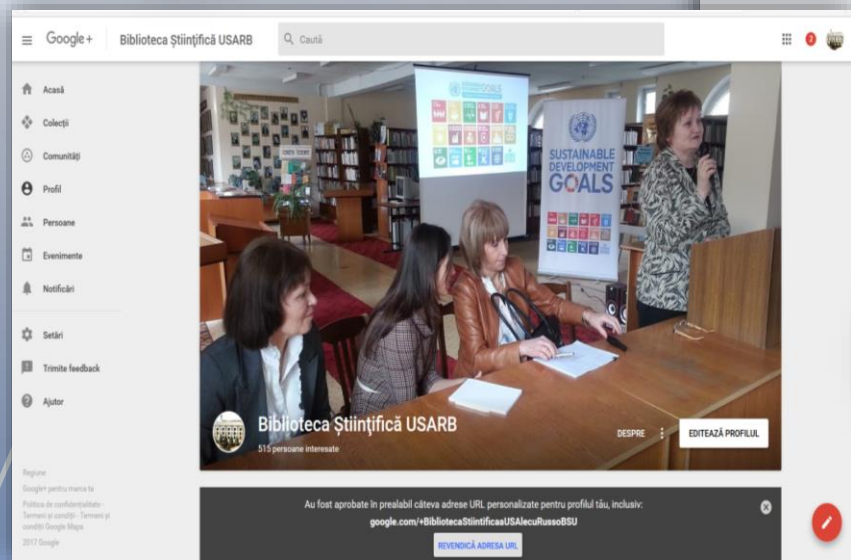
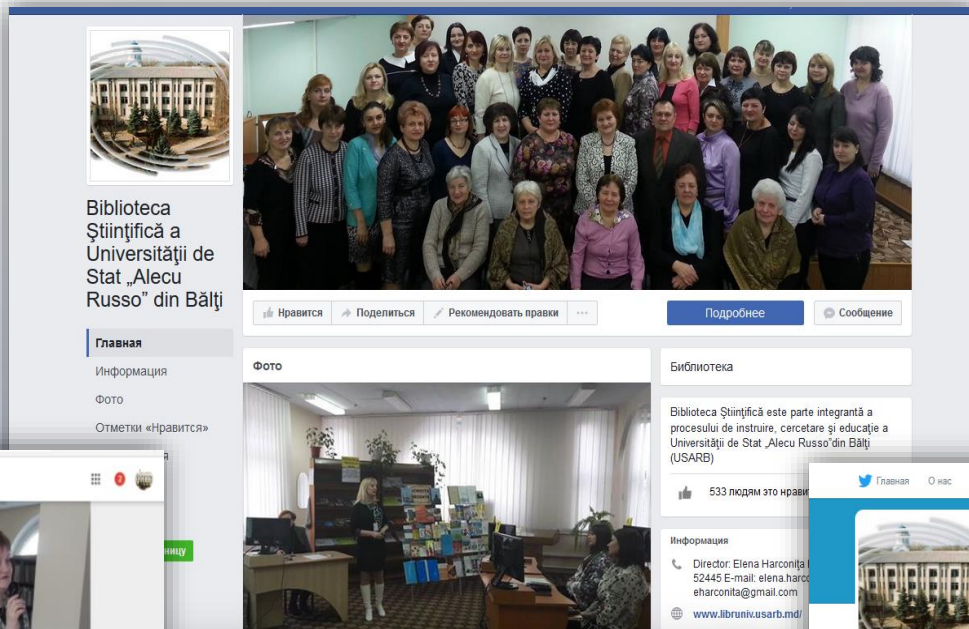


# BȘ USARB ÎN SPAȚIUL VIRTUAL

Biblioteca Științifică USARB este prezentă în spațiul virtual prin pagina web a Bibliotecii <http://libruniv.usarb.md/>, două bloguri: Bibliotecarii USARB: Profesional <http://bsusarbprofessional.blogspot.md/>, Biblioteca Științifică a universității de Stat „Alec Russo” în dialog cu cititorii <http://bs-usarb.blogspot.md/> și numeroase conturi create în rețele sociale (Facebook, Twitter, Google+, Ok). Aceste instrumente reprezintă un spațiu important de comunicare și informare a utilizatorilor



# BȘ USARB ÎN SPAȚIUL VIRTUAL





# ETICHETA PENTRU PAGINA WEB/ BLOG

(Pentru proprietarii de siteuri)

## PERCEPȚIE

Respectați regulile de lizibilitate a textului pe site.

## DATE DE CONTACT

Se recomandă să plasați în loc vizibil pe siteul dumneavoastră datele de contact (telefon sau email).

## ABONARE LA NEWSLETTER

Nu folosiți adresele de e-mail pentru a transmite alte informații decât cele care au fost solicitate și specificate inițial.

## TRAFIC

Creați conținut în mod constant și de calitate pentru a menține un trafic ridicat.

## RESPECTAȚI-VĂ UTILIZATORII

Nu folosiți un limbaj neadecvat care incită la discriminări de orice fel, insultă sau calomniază persoane.

## CONFIDENȚIALITATEA DATELOR.

Este recomandat ca politica de confidențialitate a datelor de pe siteul dumneavoastră să specifice în mod clar ce date din profilul utilizatorilor vor fi făcute publice în cadrul siteului.

# ETICHETA PENTRU PAGINA WEB/ BLOG

(Pentru utilizatori de siteuri)



**CITIȚI TERMENII ȘI CONDIȚIILE**

**FIȚI UN UTILIZATOR ACTIV**



**PUBLICAȚI MATERIALE**

# ETICHETA PENTRU REȚELE SOCIALE

Creați postări de mai multe ori pe zi, dar faceți intervale de timp de câteva ore între ele.

Cercetările demonstrează că flood – este unul din principalele motive pentru dezabonare și părăsirea grupul.

Răspundeți la toate comentariile, cât mai repede posibil.



Numeroase studii arată că 53% dintre cei care lasa comentarii așteaptă să primească un răspuns în termen de 60 de minute.

Învățați arta hashtagurilor. 1 hashtag - este normal. 10 – prea mult. Cel mai optimal ar fi de la 1 la 3 hashtagurilor pentru un post. Acest lucru poate fi o modalitate foarte bună de a-ți promova serviciile.

Întotdeauna urmați regula 80/20! În primul rând, distrați și informați publicul și apoi „vindeți” marfa/serviciile. Este o regula clasică pentru a crea o reputație de brand.

Utilizați persoana întâia plural atunci când vorbiți despre compania dvs. (noi, nostru). Acest lucru are un efect pozitiv asupra atitudinii publicului și crește loialitatea.

**WE**

# ETICHETA PENTRU REȚELE SOCIALE



## Twitter

- Nu efectuați expedieri de tweeturi în mod automat. Aceasta depersonalizează și scade indicatorii de loialitate a publicului dvs. Încercați întotdeauna să contactați personal. Această regulă se aplică și în cazul altor rețele sociale.
- Nu utilizați toate 140 de caractere. Lăsați și un loc pentru comentarii. Cea mai bună variantă este considerată lungimea tweetului de 71-100 de caractere.

# ETICHETA PENTRU REȚELE SOCIALE

## Facebook



- Nu puneți like la mesajele proprii. De altfel mesajul va apărea în banda abonaților de 2 ori, acest fapt deranjează și, ca urmare, ei se pot dezabona.
- Dacă postăți de 5-6 ori pe zi, dar primiți doar câteva comentarii sau aprecieri, un algoritm special Facebook percepe așa activitate ca spam și poate bloca mesajele.

# ETICHETA PENTRU REȚELE SOCIALE



Google+

- Întotdeauna atribuiți +1 persoanei, postarea căreia o comentați. Acest lucru contribuie la dezvoltarea în continuare a autorilor.
- Atunci când partajați o publicație, lăsați obligatoriu un comentariu. Postări pe Google+ seamănă mai mult cu un blog decât cu cele de pe rețele sociale.
- Distribuirea informațiilor în cercuri poate servi drept buletin informativ pentru un anumit grup de oameni. Aceasta este o modalitate bună de a răspândi conținutul dorit în rândul grupului țintă.

# ETICHETA PENTRU E-MAIL

E-mail este o scrisoare și are nevoie de introducere, cuprins și încheiere.

- **Răspundeți mereu e-mailurilor.** Este nepolitic să lăsați să aștepte răspunsul sau să îi ignorați total.
- **Folosiți subiecte în mesaje.** Atunci când trimiteți un mesaj, asigurați-vă că ați indicat subiectul ce descrie cu acuratețe conținutul mesajului.
- **Semnați mesajele.** Chiar dacă adresa Dvs de e-mail apare destinatarului, acest lucru nu permite identificarea Dvs de către o persoană necunoscută. De aceea este recomandat ca la sfârșitul mesajului să notați numele dumneavoastră, instituția și poziția pe care o dețineți în cazul mesajelor trimise către utilizatori sau parteneri.
- **Format.** Țineți minte de lizibilitate. Nu decorați mesajul dvs. cu fonturi exotice și elemente de design. Mai ales dacă nu știți unde și cum destinatarul îl va citi. Nu veți greși, dacă trimiteți un mesaj în format „text simplu” (plain text), în locul mesaj în format HTML.
- **Nu scrieți mesaje cu caps.** Acest lucru este echivalent cu a striga și în plus mesajul este dificil de citit.

# ETICHETA PENTRU E-MAIL

- **Folosiți abrevieri.** Pentru a scurta mesajele pe care le trimiteți, folosiți abrevieri uzuale. Multor persoane care folosesc internetul nu le place să citească texte lungi pe monitor. Cu toate acestea, este recomandat folosirea cu moderație a iconurilor expresive sau a acronimelor.
- **Nu folosiți emodjis.** Nu este recomandat să folosiți smileys/emodjis în corespondență de afaceri.
- **Răspunsul - sus.** Citați mesajul original, dar în cantități rezonabile. Scrieți răspuns la scrisoare de la bun început, nu după mesajul citat. În cazul corespondenței de afaceri, păstrați istoricul mesajelor în partea de jos a scrisorii (adică, scrisoarea precedentă citată în întregime).
- **Expedierea fișierelor.** Fiți atenți atunci când trimiteți fișiere prin e-mail. Nu atașați la scrisori fișiere de mari dimensiuni, se recomandă plasarea acestora pe site-uri speciale de stocare și în scrisoarea dați linkul la dosar. Dacă este posibil, arhivați fișierele transmise.
- **Nu trimiteți mesaje nesolicitate.** Dacă veți trimite un mesaj nesolicitat, riscați că adresa Dvs de email să fie marcată ca spam și astfel să nu mai puteți folosi adresa respectivă.



## CONCLUZII

- Viitorul bibliotecii depinde foarte mult de imaginea pe care aceasta o are în comunitatea care o deservește. Imaginea pozitivă a bibliotecii este vitală pentru supraviețuirea ei, pentru relevanța pe care o are în societate. Cum vor rezista provocărilor impuse de dezvoltarea tehnologiei și cum vor arăta în spațiu virtual depinde doar de noi bibliotecarii.
- Rolul instituțiilor și profesioniștilor din domeniul informației, inclusiv bibliotecile și bibliotecarii, în societatea modernă este de a sprijini și promova o astfel de comunicare care să respecte proprietatea și libertatea intelectuală, dreptul la intimitate al utilizatorilor să lupte împotriva tuturor formelor de cenzură, astfel dând dovadă de profesionalismul și responsabilitatea socială.

## **GLOSAR**

**Fereastră pop-up** - ferestre cu reclamă care apar pe ecran fără că tu să le fi solicitat.

**Flood** - mesaje non-tematice în forumuri on-line și camere de chat, care ocupă adesea un volum mare. Smileys/emodjis - iconuri care exprimă stări sufletești.

**Spamming** (sau spam) este procesul de expediere a mesajelor electronice nesolicitate, de cele mai multe ori cu caracter comercial, de publicitate pentru produse și servicii dubioase.

**Followers** - sunt cei care te „urmaresc” și vor să vadă toate postările tale în rețele sociale. **Following** - sunt cei pe care îi „urmărești” tu și ești interesat să le vezi postările. **Overquoting** - excesul de citari în text, forum, e-mail, newsgroup.

## BIBLIOGRAFIE

1. MOLDOVAN, Liliana. *Introducere in managementul serviciilor de biblioteca*. Cluj-Napoca : Ed. Dacia XXI, 2011. 96 p. ISBN 978-606-8256-59-7.
2. DEDIU, Liviu-Iulian. *Managementul serviciilor pentru utilizatori in bibliotecile contemporane*. Bucuresti : ANBPR, 2012. 274 p. ISBN 978-606-92717-0-4.
3. *Neticheta, bunele maniere pe internet* [on-line] [citata la 10 februarie 2017]. Disponibil: <http://www.neticheta.ro/>
4. *Netiquette Home Page* [on-line] [citata la 18 ianuarie 2017]. Disponibil: <http://www.albion.com/netiquette>
5. *Examples of good netiquette* [on-line] [citata la 10 februarie 2017]. Disponibil: <https://www.cybersmile.org/advice-help/category/examples-of-good-netiquette>