

MEDIATIZAREA PROVOCĂRII: PREZENȚA NOASTRĂ ÎN MINTEA ȘI VĂZUL CITITORILOR

Tatiana IOVU,
șef, Secția promovare și comunicare

În *Anul promovării imaginii bibliotecii în comunitate* Biblioteca Municipală a lansat programul estival *Provocarea verii*, care a cuprins un șir de activități educative, cognitive, ludice, cu o tematică foarte variată: de la istorie, cultură, știință până la sănătate, tehnologii informaționale și astronomie. Ușa bibliotecii a fost mereu deschisă, iar participanții au putut explora la maximum amalgamul de evenimente inedite.

Comunicarea audio-vizuală a programului estival

Programul a fost promovat vizual – *O imagine valorează cât o mie de cuvinte*¹. Promovarea vizuală, prin imagini, prin formă și prin conținut avea un scop: atragerea atenției prin coduri (culoare, contrast, compoziție neobișnuită), și astfel să informeze și influențeze comportamentul priitorului/publicului.

În designul grafic, proces profund creativ, folosit la elaborarea materialelor promoționale și a însemnelor identitare ale BM și ale *Provocării verii* am îmbinat tehnologia cu arta pentru a transmite anumite idei, emoții, trăiri etc. Am folosit anumite instrumente pentru a reuși să transmitem mesajul către un anumit public utilizând toate cele trei limbaje ale designului: forma, culoarea și conceptul (ideea, viziunea dinapoia unui design).

Sloganul bine gândit „Citește! Descoperă! Creează!” (font Niconne) este ampla-

¹ Fred R. Barnard, ilustrator englez, pictor, caricaturist.

sat în partea de jos a compoziției grafice, iar culoarea roșie – percepută ca o culoare „caldă” – stimulează simțurile, îndeamnă spre acțiune, atrăgând și mai mult atenția participanților.

Titlul atractiv PROVOCAREA VERII are la bază tipul de caractere (font) Wonderbar Demo, conceput de designerul Dennis Ludlow în 2016, iar culoarea galbenă este o alegere ideală pentru a evidenția textul de pe tonul de culoare albastră. Fontul utilizat lasă cititorului acea lizibilitate pentru a scana imediat textul, iar titlul a fost poziționat strategic pentru a ieși în evidență.

Tonul este luminozitatea sau întunecimea relativă a unei culori. Astfel că tonul de culoare albastră – calmează și este asociat cu puritatea și liniștea, fiind utilizat ca fundal al amplasării textului și imaginilor însoțitoare și a creat un impact vizual.

Pentru a se desfășura cu succes programul estival *Provocarea verii* și a se întipări în memoria chișinăuienilor s-a creat pentru toate tipurile de materiale un design unic, autentic, creativ, colorat, vizionar, atractiv. Un bun conținut, asociat unui bun design grafic, se completează împreună, asigurând succesul unui program.

Setul de materiale promoționale a fost elaborat conform designului aprobat, s-a păstrat coloristica, amplasarea logoului, pictogramelor reprezentative, a sloganului memorabil.

Se consideră că rolul unui design este de a informa, convinge, organiza, stimula, localiza, identifica. Exact asta s-a întâmplat și în cazul designului pentru *Provocarea*



verii – a stimulat, a convins utilizatorii că este cel mai potrivit program pentru a-și petrece timpul liber la bibliotecă.

Sloganul unic, inspirat, credibil, original și memorabil: *Citește! Descoperă! Crează!* are rolul de a atrage cât mai mulți utilizatori la bibliotecă. Dacă utilizatorii găsesc un slogan atractiv atunci ei doresc să încerce produsul, iar astfel crește gradul de încredere față de instituție și șansele ca ea să fie recomandată și altor utilizatori. Așadar, indiferent că este vorba de o broșură, de un site de prezentare sau un flyer, afiș sau jurnalul participantului prezența sloganului e obligatorie.

Setul de materiale promoționale personalizate pentru programul estival *Provocarea verii*, pe care l-a primit fiecare filială participantă, a inclus: fișe de înscriere de format A4; afișe de format A3 – care au fost amplasate pe panourile de informații deținute de bibliotecă, la stațiile din imediata apropiere a bibliotecilor; semne de carte – repartizate persoanelor care s-au înregistrat și celor care vin din obișnuință sau aleatoriu în bibliotecă; pliante cu informații succinte despre program.

Voluntarii participanți la program s-au identificat prin ecusoane, iar meritele lor au fost apreciate prin diplome de voluntar.

De asemenea, a fost distribuit *Jurnalul participantului*, care conține mesajul pri-

marului general interimar al municipiului Chișinău, Ruslan Codreanu, cu titlul *Biblioteca Chișinăului te surprinde*. În acest mesaj dumnealui se adresează către iubitorii de lectură: „Prietenii, Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu” se va transforma în această vară în laborator de explorare, de creativitate, cu resurse unice prin intermediul cărora veți obține abilități și competențe necesare pentru era digitală...”. Tot aici doamna director general dr. Mariana Harjevschi vine cu îndemnul: *Începe vara la Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu”*, unde menționează: „Ești gata să începi cele mai noi cuceriri ale științei la bibliotecă? Pregătește-te pentru o aventură de neuit în universul bibliotecilor din Chișinău, acest *Jurnal* te va provoca și călăuzi prin experimente, teste, jocuri, aplicații și lectură”.

Fiind distribuit fiecărui participant la înregistrarea la program, l-a provocat și călăuzit prin experimente, teste, jocuri, aplicații și lectură. Printre foile lui se regăsesc provocări tematice: *Citiți cărți despre invenții, Citiți cărți despre știință, Citește o carte cu mai puțin de 100 de pagini, Încearcă aplicația Flight Simulator B737-400, Descoperă Chișinăul prin jocuri online!, Compune o poezie cu titlul „Vacanța la bibliotecă”* etc.

Oricât de bine planificat și de creativ ar fi un program, nu va avea succes dacă nu îl vede nimeni, dacă nimeni nu aude



sau nu citește despre el. Succesul unei instituții depinde de stabilirea unor relații de lucru bune cu jurnaliștii. Prin urmare, pentru a asigura impactul și a influența comunitatea chișinăuiană, primul pas a fost informarea reprezentanților mass-media despre lansarea unui nou program estival la bibliotecă. Informația a fost de interes național și a fost preluată de numeroase canale media, portaluri de știri, site-uri de socializare și mass-media electronică.

Televiziunea este „un mediu prioritar”, deoarece ea este mai atractivă decât celelalte mass-media și oferă prestigiu și chiar glorie celor pe care îi promovează¹. Cele mai multe reportaje TV, au fost difuzate la canalul public de televiziune **TV Moldova 1**, emisiunile „Bună dimineața”, „Bună dimineața de weekend”, „Miezul zilei” și „Cine vine la noi” - **14 reportaje** și la **TVR Moldova – 1 reportaj** la emisiunea „Obiectiv comun”, în total **15 reportaje**. Durata totală de emisie a fost de **93 de minute**. Nemijlocit printre invitații la emisiuni s-au aflat cei din bordul administrativ al BM: dr. Lidia Kulikovski, conf. univ., dr. Mariana Harjevschi. Filialele care și-au spus povestea *Provocării verii* au fost: „Transilvania”, „A. Mickiewicz”, „Ovidius”, „Târgoviște”, „Alba lulia”, iar printre invitații emisiunilor au

fost și angajații BM, Oxana Andreev, Lilianna Juc, Elena Taragan, Mila Șeremet, Daniela Cojocar. Este un impact social de amploare: la orele de maximă audiență, mii de oameni stau în fața micului ecran și află despre inițiativa din această vară de la Biblioteca Municipală, telefonează la biblioteca din cartier și se înregistrează ca participant la atelierile de lectură, experimentele științifice și atelierile de creație. Totodată a crescut considerabil încrederea utilizatorilor în serviciile de calitate livrate de bibliotecă.

Ascultat în cele mai diverse momente ale zilei și în timp ce efectuăm diferite activități, radioul transmite mesaje atât către audiențele locale, cât și către cele naționale. Unul din partenerii media care a mediatizat cu succes activitățile din cadrul *Provocării verii* a fost **Radio Moldova**, care, prin intermediul emisiunilor *Matinal Național* și *Casa Radio*, a făcut auzită vocea utilizatorului și a bibliotecarului. Cei mai entuziasmați au fost copiii. Cei de la Filiala „Adam Mickiewicz” își doresc ca „anul întreg să fie așa activități la bibliotecă”, cei de la Filiala „Alba lulia” spun că „îmi place foarte mult aici și vreau să merg mai mult timp aici”, cei de la Filiala „Transilvania” – „Bibliotecarele sunt extraordinare, ne învață să fim mereu uniți, să petrecem timpul împreună”. Printre cei invitați la emisiuni numeroase apariții a

¹ Cristina Coman. Relații publice și mass-media. Iași: Polirom, 2004. – 269 p.

avut conf. univ. doctor doamna Lidia Kulikovski, care menționează că: „Programul Provocarea verii are o arhitectură cognitivă și utilizăm deopotrivă lectura, dar nu lectura în viziunea clasică: a venit, a citit, a plecat; ci lectura ca suport de cunoaștere, lectura care dezvoltă imaginația, creativitatea”. Directorul general dr. Mariana Harjevschi apreciază că: „Ne-am dorit foarte mult ca vara aceasta să înceapă la bibliotecă. Copiii sunt surprinși de tot ce se întâmplă la bibliotecă chiar și atunci când citeșc despre dinozauri, află o lume fascinantă a lor care deja nu mai este sau încearcă să experimenteze niște trucuri de magie. Copilul este invitat în această lume a cunoașterii printr-o modalitate foarte originală, creativă”. „Programul Provocarea Verii, organizat de Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu” este unul incitant, începând cu gustul pentru citit, domeniile preferate, autorii îndrăgiți, genurile cele mai populare... Și... această provocare a verii îți aduce pentru totdeauna o mare prietenie cu cartea, cu biblioteca”, afirmă în interviul acordat doamna Ludmila Pânzari, director adjunct al BM. În total la radio au fost difuzate **24 de interviuri**, iar printre filialele participante se numără: „A. Mickiewicz”, „Transilvania”, „Ovidius”, „Tudor Arghezi”, „Hristo Botev”, „Alba Iulia”, „Târgoviște”, „Târgu-Mureș”, Codru, N. Titulescu etc. Durata totală de emisie a fost de **85,96 minute** sau echivalentul de **1 h 27 min**.

Cât privește colaborarea cu mass-media a fost una mai puțin fructuoasă: au fost scrise **patru articole** de filialele „Alba Iulia”, Biblioteca Centrală, „M. Lomonosov”, N. Titulescu, iar ziarele care ne-au rezervat spațiu pentru activitățile desfășurate au fost: „Literatura și Arta”, „Florile Dalbe”, „Русское слово”.

Publicitatea outdoor este recunoscută pe plan mondial ca fiind unul dintre cele mai creative tipuri de comunicare. Succesul unei campanii publicitare outdoor depinde de vizibilitatea mesajului publi-

citar afișat, deoarece durata de expunere uneori este scurtă, privitorul având doar câteva secunde posibilitatea să observe reclama¹.

Evenimentele outdoor au cea mai mare vizibilitate și cea mai mare rată de participare. De aceea, pentru a avea o lansare de succes și un impact major Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu” a decis ca programul estival să se desfășoare în aer liber, într-o zi memorabilă atât pentru părinți, cât și pentru odraslele lor. Forfotă și gălăgie mare a fost la standurile /corturile special amenajate de Biblioteca Municipală pentru a le prezenta chișinăuienilor multitudinea de activități și servicii, care vor permite participanților să citească, să cunoască, să creeze, să experimenteze, să exploreze etc. Lansat la 1 iunie 2019 de Ziua Internațională a Copilului în Scurul Catedralei Mitropolitane „Nașterea Domnului” programul *Provocarea verii* a adunat ulterior mii de copii în spațiile creative, prietenoase, multifuncționale ale bibliotecilor din rețeaua Hasdeu.

La capitolul publicitate outdoor se încadrează și panourile simple, city-boardurile, mașinile și remorcile publicitare, ecranele LED etc. Aici mă voi referi la ecranele LED din orașul Chișinău, care ajută la îmbunătățirea comunicării prin dinamism, culori și calitatea imaginilor afișate. Aceste ecrane au un unghi de vizibilitate orizontal, iar mesajele afișate pe ele au un impact sporit pot fi văzute atât de pietoni/trecători cât și de șoferi. Datorită parteneriatului din 2019 cu Alo Capitala – un site informativ despre viața orașului nostru, care deține și câteva ecrane LED – informația despre programul estival a ajuns în luna

¹ Publicitate Indoor & Outdoor – Soluții Eficiente de Promovare pentru orice business [citat 20 decembrie 2019]. Disponibil: <http://www.maximmedia.ro/publicitate-indoor-outdoor-solutii-eficiente-de-promovare-pentru-orice-business>



ilie și la trecătorii celei mai populate zone a Chișinăului, sectorul Centru.

Comunicarea și promovarea online

Comunicarea activităților desfășurate în cadrul programului s-a desfășurat și în mediul online.

Blogurile, vlogurile, podcast-urile, imaginile, fotografiile, conținutul audio și video, comunicatele de presă, postările pe rețelele sociale și alte forme de conținut online le permit organizațiilor să comunice direct cu clienții într-un mod pe care aceștia îl agreează. Bibliotecile obțin credibilitatea și loialitatea utilizatorilor cu ajutorul conținutului pe care îl postează, atrăgând un număr considerabil de utilizatori.

Blogurile reprezintă o metodă alternativă de comunicare și promovare pentru bibliotecă, un mijloc de legătură între bibliotecă, bibliotecar și utilizator și, în același timp, un instrument eficient de marketing, de promovare a activităților și resurselor bibliotecii. Ele oferă informații, comentarii, opinii despre activitățile desfășurate în bibliotecă. Prin conținutul pe care l-au afișat: text, audio, video, filialele BM și-au împărtășit emoțiile, trăirile, istoriile de succes, experimentele inedite, atelierelor creative astfel permițându-le și utilizatorilor virtuali să le admire și să descopere amalgamul de activități văratice.

Cele 39 de bloguri deținute de Biblioteca Municipală au reflectat povestea verii în mediul virtual. Cele mai active filiale pe blog au fost: „Ovidius” – 21 postări, „Transilvania” – 18, Centrul Academic Internațional Eminescu – 12, „Târgoviște” – 11, „Liviu Rebreanu” – 10 postări.

Rețelele sociale

Cât privește rețelele sociale, unde majoritatea utilizatorilor își petrec timpul liber, Biblioteca Municipală și-a făcut vizibilă activitatea, a promovat servicii și le-a comunicat utilizatorilor.

Facebook este una dintre cele mai populare rețele sociale cu 2.45 miliarde de utilizatori activi lunar, conform zephoria.com¹. Filialele Bibliotecii Municipale s-au implicat foarte activ în comunicarea cu fanii pe paginile lor de Facebook: și-au schimbat fotografia de copertă cu imaginea *Provocării verii* pe parcursul lunilor iunie-august, au creat videouri ce conțineau elemente din designul provocării, au ilustrat agende personalizate cu activități destinate celor trei compartimente: citește, descoperă, creează.

¹ The Top 20 Valuable Facebook Statistics – Updated January 2020 [citat 12 ianuarie 2020]. Disponibil: <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/>



Conținutul postat de ele a fost cel mai divers: albume de fotografii, creare de evenimente, live-uri de la atelierelor creative și experimente, video-uri. Video-urile s-au dovedit a fi cel mai popular format de postare pe Facebook în 2019 conform Atu Advertising ¹. Întâietate la acest capitol îl are filiala „Transilvania”, cu 292 de video-postări din cadrul activităților, fiind urmată de Centrul Academic Internațional Eminescu – 175, Filiala „Liviu Rebreanu” – 113, Filiala „L. Ukrainka” – 103, „Ovidius” – 91, „Târgoviște” – 90. În total vizualizările pe Facebook au atins cifra de 1 343 185. Postările și albumele de fotografii create i-au intrigat pe utilizatorii virtuali și i-au atras la bibliotecă, iar feedbackul desigur că nu a întârziat să apară. Reproducem aici, din cele 4 649 de comentarii, câteva din impresiile părinților ai căror copii au participat la activitățile desfășurate în filialele noastre:

Lylya Matasari *Vă mulțumesc pentru activitățile zilnice desfășurate în perioada de vară. Sunteți extraordinare, cu atâta drag și plăcere copilul merge la aceste activități. Un loc deosebit de plăcut cu niște Doamne*

¹ Obține engagement pe Facebook mai bun în 2019 (lectii din 777 de milioane de postări) [citat 12 ianuarie 2020]. Disponibil: <https://atu.ro/obține-engagement-pe-facebook-mai-bun-in-2019-lectii-din-777-de-milioane-de-postari/>

minunate. Vă doresc mult succes și cât mai multe activități în continuare.

Ana Botea *Probabil pentru prima dată am întâlnit la noi în țară, în RM, ca oamenii să-și facă meseria cu dăruire de sine necondiționată. Necondiționată, am în vedere fără nicio plată din partea părinților și fără a ne da de înțeles că trebuie de răsplătit totuși. Mulțumesc mult pentru toată atenția și străduința pe care ați dăruit-o copiilor noștri, îndeosebi vorbesc de Bianca, deoarece ea a fost povestitorul și informatorul meu acasă despre tot ce ați făcut, creat și le-ați inspirat copiilor. Am aflat despre programul acesta de la prieteni, dar, la prima vedere, nu mi-a inspirat încredere, deoarece era gratis! După ce a trecut puțin timp, mi-am dat seama că copilul meu merge în fiecare zi, pentru trei ore, cu mare plăcere, la bibliotecă pentru a participa la programul estival Provocarea verii. Fiecare zi a fost ceva nou, un experiment nou, o temă nouă cu diferite noutăți, aplicații, cu rechizitele necesare pe care le-a oferit biblioteca și, nu în ultimul rând, importanța cărții pentru un copil. Ca părinte, Vă mulțumesc foarte mult și vă doresc să fiți remunerați și apreciați la justa valoare din partea autorităților și să aveți doar plăcere din lucrul pe care-l faceți!*

Donica Valina *Mulțumesc colaboratorilor bibliotecii pentru implicare în dezvoltarea și ocuparea copiilor. Faceți un lucru*

nobil. Copiii vin din plăcere și mai aduc și fraților cu ei.

Bravo, Bravo!!!

T-Yana Diamond Diamond *Вот пример как надо проводить лето с радостью и с пользой!!! Спасибо, дорогому другу – нашему любимому библиотекарю!!!!*

Tatiana Botnaru *Meritați toate laudele și admirația pentru tot timpul dedicat copiilor!!!*

Snejana Janga Felicitări *pentru un program foarte reușit. Dna Liliana Juc, meritați toată recunoștința și aprecierea copiilor și părinților care beneficiază zilnic de serviciile Bibliotecii „Târgoviște” care sunt la cel mai înalt nivel. BRAVOOOO!!!!*

Valentina Bargan *Ce proiect minunat este în această vară la Biblioteca „Adam Mickiewicz”! Se Citesc cărți interesante, se Descoperă lucruri curioase... și se Creează atmosferă plăcută. Ce Provocări interesante sunt la bibliotecă... exact ce iubesc copiii... să pregătească, dar și să guste din ceea ce fac... Dar numai așa se descoperă cărțile interesante... citind și discutând despre ele...*

Mulțumim pentru așa întâlniri frumoase, pe care copiii curioși le așteaptă cu nerăbdare...

Alena Chernova *Biblioteca de Arte „T. Argezi” дети в восторге от занятий, спасибо вам большое!*

Aurelia Colac *Biblioteca „Mihail Ciachir” – locul unde copiii se simt fericiți!*

Eforturile tuturor celor implicați în buna desfășurare a programului estival au fost apreciate și de colegi:

Lidia Kulikovski Felicitări, CAIE! *Ați menținut profesionist interesul și fluxul copiilor în acest program, ați implicat voluntari și specialiști (oratorica, de exemplu), ați utilizat jocuri, tehnici, subiecte bune, ați inclus reușit tema voastră veșnică – Eminescu, intercalând-o ca cunoaștere, lectură, descoperire până la creație... Bravo!, pentru activism!*

Sergiu Cojocaru Datorită *Provocării verii copiii au înțeles, o dată în plus, că biblioteca e un loc în care te simți bine și unde merită să revii. Noi, bibliotecarii, ne bucurăm mult și menținem aprinsă flacăra pasiunii pentru tot ce e plăcut și folositor utilizatorilor noștri.*

Natalia Popusoi Oxana, *vă admir activitățile și ideile pe care le implementați cu copiii. Sunteți foarte bravo!!!*

Amicii Științei și Inovației *Foarte interesantă zi! Ca consistență / complexitate activități și ca subiecte!*

Twitter

Este o rețea gratuită ce are o limitare de 140 de caractere pentru fiecare mesaj transmis. Pe această rețea socială bibliotecile au putut trimite mesaje rapide despre activitățile pe care le-au întreprins cunoscuților (sau necunoscuților) lor, având posibilitatea unui feedback rapid din partea acestora. După Facebook, conturile pe Twitter ale bibliotecilor (7 la număr) care au interacționat cu utilizatorii au înregistrat în total cele mai multe vizualizări: 8 361 cu 263 de tweeturi. Cea mai activă filială fiind „Ștefan cel Mare” cu 151 mesaje scurte care au obținut 5 134 de vizualizări, urmata fiind de contul instituțional Biblioteca Municipală B.P. Hasdeu cu 58 de mesaje scurte cu 879 vizualizări, „A. Mickiewicz” 32 tweeturi cu 1 088 vizualizări, „Târgoviște” – 11 cu 489 vizualizări, „L. Rebreanu” – 9 cu 602 vizualizări și „Târgu-Mureș” – un mesaj scurt cu 135 vizualizări.

YouTube

Peste 2 miliarde de utilizatori conectați accesează YouTube în fiecare lună, iar în fiecare zi spectatorii vizionează peste un miliard de ore de videoclipuri și generează miliarde de viziuni¹ (<https://www.youtube.com/intl/ro/about/press/>)

¹ YouTube pentru presă [citat 12 ianuarie 2020]. Disponibil: <https://www.youtube.com/intl/ro/about/press/>

youtube.com/intl/ro/about/press/). E unica rețea socială / site web unde bibliotecile pot încărca materiale audio-video cu o perioadă nelimitată de păstrare. Filialele BM sunt proprietari ai canalelor de YouTube, iar cele mai active în cadrul programului estival au fost: „Liviu Rebreanu” – 31 videouri, N. Titulescu – 31 videouri, Traian – 19. În perioada estivală au reușit să încarce 112 materiale video și să le arate lumii întregi: 1 053 vizualizări.

Instagram

Este un alt mediu de distribuire gratuită a fotografiilor și clipurilor video direct de pe un smartphone. Menționăm că este o aplicație mai puțin folosită de biblioteci, activă fiind în perioada estivală doar Filiala „L. Rebreanu” cu 75 de postări, care au generat 1 442 de aprecieri, contul instituțional Biblioteca Municipală – 26 cu 328 aprecieri, Centrul Național de Excelență Profesională pentru Bibliotecari – 17 cu 140 aprecieri. În total activitățile desfășurate în rețeaua BM au fost comunicate prin 118 postări cu 1 910 vizualizări.

Flickr

Flickr este o platformă de partajare a fotografiilor (oferă spațiu de stocare de 1.000 GB) și o rețea socială în care utilizatorii pot încărca fotografii pentru alții. Doar șase filiale din rețeaua BM au încărcat fotografii de la activitățile desfășurate în cadrul *Provocării verii*. Centrul Academic Internațional Eminescu a încărcat 161 de fotografii cu 5 546 de vizualizări, „Liviu Rebreanu” – 113 cu 283 vizualizări, N. Titulescu – 83 cu 582 vizualizări, „O. Ghibu” – 38 cu 73 vizualizări, Traian – 18 cu 356 vizualizări. În total, pe această platformă au fost încărcate 452 fotografii cu 7 270 vizualizări.

Paginile web la fel reprezintă un mijloc eficient de comunicare cu utilizatorii. Pentru a informa comunitatea despre noua

inițiativă a Bibliotecii Municipale s-a creat un site aparte <http://provocareaveriibm.tilda.ws/>. Prin cele 214 postări care au inclus agendele cu activitățile creative, ludice și distractive, impresiile participanților, fotografiile de la activitățile desfășurate în fiecare filială, am atras 230 de utilizatori virtuali și am obținut 728 vizualizări.

Testimoniile video și cele scrise la fel au adus valoare Bibliotecii Municipale. Impresiile pozitive de la *Provocarea verii* distribuite în mediul online – 40 la număr – au invitat la acțiune și alți utilizatori, care și-au spus povestea, iar noi am devenit mai credibili și mai atractivi.

Publicarea de conținut interesant pe Internet, conținut pe care internauții să dorească să-l acceseze 24 de ore pe zi, 365 zile pe an – acesta este secretul de a ajunge la o comunicare online de succes. Astfel că în mediile sociale (Facebook, YouTube, Instagram, Flickr, Twitter) și pe paginile web la nivel de rețea în total au fost 7 429 de postări cu 1 691 883 vizualizări. Aceste date ne demonstrează că a crescut vizibilitatea Bibliotecii Municipale în mediul online, a adăugat credibilitate instituției și ne-a oferit șansa de a ne prezenta utilizatorilor virtuali într-o formă mai prietenoasă, informală și dinamică.

Podcasting este o metodă de distribuție pe internet a fișierelor în format multimedia (audio dar și video), prin intermediul tehnologiei Web-Feed și al formatelor de sindicalizare de conținut (RSS, ATOM). Utilizatorii unui site pot descărca fișierele în timp real și redare pe echipamente mobile sau calculatoare ce acceptă formatul în care acestea au fost create. Un autor de podcast este de obicei denumit podcaster. Site-urile de podcasting (de obicei servere) pot oferi fișierele spre descărcare și ascultare off-line sau pentru redare directă on-line¹.

¹ Podcasting [citată 12 ianuarie 2020]. Disponibil: <https://ro.wikipedia.org/wiki/Podcast>

Biblioteca Municipală este și un autor de podcast din 11 mai 2018. Un podcast este o emisiune audio pe care poți să o asculți oricând, oriunde, atâta vreme cât ai un telefon sau o tabletă conectată la internet. Astfel că pentru prima dată interviurile radio înregistrate de jurnaliști prin filialele BM și difuzate la radio au fost plasate și pe platforma Podbean contul de podcast bmhasdeu (il puteți găsi la următoarea adresă: <https://bmhasdeu.podbean.com/>). Au fost încărcate 24 interviuri cu o cifră totală de 195 audiții. Utilizatorii le accesează ușor și le pot asculta oricând.

Conținutul valoros plasat pe Internet face ca o organizație să fie demnă de încredere și îi face pe oameni să acționeze – să se aboneze, să participe sau să viziteze. Datorită condițiilor tehnice specifice, mesajele transmise în mediul virtual ajung cu mare viteză la public, uneori chiar simultan cu derularea evenimentelor, or asta am făcut noi în această vară la Biblioteca Municipală: am fost mereu conectați online, am multiplicat căile de prezentare a mesajelor, am scris articole pe blog, le-am oferit utilizatorilor un conținut valoros, iar asta înseamnă că oamenii interesați vor reveni la el mereu.