

# Strategia de dezvoltare a ANBPR

## INTRODUCERE

Asociația Națională a Bibliotecarilor și Bibliotecilor Publice din România (ANBPR) este cea mai mare organizație profesională a bibliotecarilor publici din România. ANBPR exprimă nevoia de asociere pe plan național a persoanelor fizice și juridice care, prin profesie, atribuții și preocupări, sunt implicate în sau susțin profesia de bibliotecar, dezvoltarea biblioteconomiei și a științelor informării și documentării.

ANBPR și-a asumat misiunea de a crește importanța bibliotecilor publice în societatea românească. Prin activitățile întreprinse, ANBPR dorește să cultive comunității interesul pentru lectură și pentru conservarea istoriei locale în sens restrâns, și pentru cultură, în sens larg prin contribuții directe la promovarea valorilor culturale românești. ANBPR va căuta să-și dezvolte vocația de pilon central comunitar prin adăugarea de noi servicii, precum și prin remodelarea și diversificarea celor existente.

ANBPR acționează într-un context economic în care instituțiile ce vizează informarea și documentarea se caracterizează prin:

1. Globalizarea și accesul public la informație;
2. Schimbări majore și rapide ale tehnologiilor și mai ales ale mediilor purtătoare de informație;
3. Volumul mare al informației prelucrate și diseminate raportat la scăderea numărului specialiștilor;
4. Schimbări majore privind dinamica forței de muncă și mai ales a calificării acesteia;
5. Reorientarea membrilor comunității deservite către servicii de informare alternative;
6. Membrii comunității servite au devenit autonomi recunoscând biblioteca mai mult ca pe un spațiu de manifestare cu anexă informațională și nu ca pe un spațiu informațional complex.

Aceste câteva caracteristici supun organizațiile la eforturi sporite și permanente în realizarea schimbărilor necesare supraviețuirii profesiei și a eficientizării aportului profesioniștilor.

Strategia de dezvoltare a ANBPR caută creșterea eficienței organizaționale prin determinarea unor schimbări planificate ce au în vedere:

1. comunicarea calibrată pe două categorii:  
(a) **externă** - cu publicul, (b) **internă** - cu membrii asociației;
2. remodelarea/adekvarea serviciilor pentru public;
3. consolidarea formării profesionale și crearea unor noi oportunități pentru bibliotecari/membrii ANBPR;
4. realizarea unui spațiu informațional comun divers pentru toate categoriile de public (intern și extern).

## SCOPUL STRATEGIEI ANBPR

Scopul acestei Strategii este acela de a identifica metodele și instrumentele optime prin care ANBPR să-și poată exercita rolul de promotor, apărător și modelator al profesiei de bibliotecar.

Scopul primar este acela de a îmbunătăți capacitatea de răspuns față de membri și public prin:

1. dezvoltarea capacităților proprii pentru a răspunde dinamic la schimbări,
2. îmbunătățirea relațiilor interne și externe,
3. creșterea eficienței în rezolvarea provocărilor.

Ținte secundare:

1. poziționarea și promovarea la nivel național ca cea mai importantă asociație profesională a specialiștilor care lucrează în biblioteci,
2. creșterea/diversificarea portofoliului de abilități a specialiștilor domeniului,
3. crearea unui spațiu informațional comun al bibliotecilor.

Pentru ca schimbarea indusă de această strategie să se poată produce este necesar ca membrii ANBPR să se implice în planificare, implementare și dezvoltare, precum și în evaluarea rezultatelor activităților asociative.

## CADRUL GENERAL

Succesul și impactul acțiunilor guvernate de ANBPR depind în mare măsură de eficiența și continuitatea demersurilor de comunicare ale organizației. ANBPR aplică deja, de câțiva ani, diverse forme de comunicare, mărindu-și eficiența odată cu maturizarea organizației.

Pentru a asigura coerența acțiunilor de comunicare la nivel central, județean și regional, se impune sincronizarea eforturilor comune ale conducerii la vârf a Asociației, ale membrilor, ale partenerilor de programe dar și ale colaboratorilor externi.

Odată cu lansarea programului național BIBLIONET, ANBPR a considerat necesară înființarea unui **Departament Operațional** propriu. Aceasta este o structură de management care face posibilă implementarea rapidă și eficientă a acțiunilor asumate de conducere. Gestiunea corectă a tuturor aspectelor organizaționale are nevoie de comunicare constantă între Asociație, membri și terți.

Pentru coerența și unitatea acțiunilor de comunicare la nivelul tuturor filialelor județene ale ANBPR este necesară dezvoltarea acesteia pe orizontală la nivelul conducerii și membrilor unităților respective. 40 de filiale județene sunt un bun argument pentru ca relația de comunicare să fie una susținută la nivel național.

## VIZIUNEA ȘI MISIUNEA ANBPR

### Viziunea

ANBPR vizează un nivel de recunoaștere superior în rândul asociațiilor profesionale cu acoperire națională împlinind rolul de catalizator al tuturor acțiunilor de susținere a profesiei de bibliotecar, precum și a disciplinelor asociate. Asociația va sprijini inițiativele membrilor săi valorificând

potențialul de auto-reprezentare al acestora.

## Misiunea

**ANBPR țintește să devină cea mai puternică asociație profesională a domeniului științelor informării cunoscută și recunoscută ca atare în plan național și internațional.**

ANBPR dezvoltă un cadru de stabilitate organizațională pentru membrii săi, în scopul emancipării de substanță a specialiștilor din biblioteci. Pornind de la principiile de bază în organizarea de tip asociativ - solidaritate, coeziune și implicare – ANBPR se angajează:

1. să câștige drepturi noi pentru membrii săi,
2. să participe la procesele de standardizare ale activităților de profil,
3. să intensifice colaborarea cu alte organizații din România și străinătate și
4. să pledeze pentru revigorarea statutului și misiunii bibliotecarului în societate, în acord cu noile tendințe în domeniu.

## OBIECTIVELE STRATEGIEI

Obiectivele strategice ale ANBPR pentru perioada 2014 – 2016 sunt:

1. Îmbunătățirea comunicării cu membrii și creșterea implicării acestora în elaborarea și realizarea activităților ANBPR;
2. Îmbunătățirea capacității de finanțare a Asociației;
3. Consolidarea formării și dezvoltării profesionale urmărind adaptarea la cerințele contemporane;
4. Creșterea capacității ANBPR pentru a deveni partener strategic al autorităților publice.
5. Elaborarea premiselor pentru un spațiu informațional comun sistemului de biblioteci.

Aceste obiective conduc la următoarele strategii sectoriale:

1. **Strategia de comunicare,**
2. **Strategia de promovare (advocacy),**
3. **Strategia pentru dezvoltare profesională,**
4. **Strategia pentru dezvoltarea unui spațiu informațional comun.**

## STRATEGIA DE COMUNICARE

Este primul instrument care se adresează direct nevoilor de informare și comunicare a membrilor și a terților. Această linie strategică creează contextul transparent și propice elaborării, promovării și prestării serviciilor Asociației. Această strategie este legată de interesele de promovare identificate de către Departamentul Operațional.

Documentul cuprinde principiile de comunicare pe nivelul intern și extern, grupurile țintă și situațiile de criză.

*Obiectivele strategice:*

1. Îmbunătățirea comunicării cu membri și creșterea implicării membrilor în elaborarea și realizarea activităților asociației.
2. Creșterea capacității ANBPR de a deveni partener strategic al autorităților publice.

3. Recunoașterea de către categoriile de public-țintă a rolului, responsabilităților și serviciilor ANBPR.
4. Promovarea pe plan intern și extern a ANBPR și a potențialului ei socio-profesional.
5. Stabilirea de canale de comunicare permanentă cu celelalte asociații de profil pentru o mai bună coordonare în vederea realizării intereselor comune.

Documentul strategic prevede instrumente de control al impactului și măsurători și indicatori de performanță.

## **STRATEGIA DE PROMOVARE ȘI INFORMARE - ADVOCACY**

Acest document reflectă nevoile de relaționare ale ANBPR cu alte instituții, cu autoritățile publice, cu factorii de decizie în domeniul cultural mai larg, cu ministerele implicate în programe socio-culturale în care Asociația ar dori să fie reprezentată, precum și cu organizații publice sau private cu care ANBPR dorește să sau are interesul să interacționeze.

*Obiectivele strategice:*

1. Creșterea gradului de informare a publicului general și specific al ANBPR;
2. Creșterea gradului de informare la nivelul autorităților;
3. Scăderea numărului de oponenți sau nemulțumiți din structurile Asociației.

## **STRATEGIA PRIVIND DEZVOLTAREA PROFESIONALĂ A ANBPR**

Acest document abordează instruirea și formarea profesională prin abordarea unui sistem flexibil axat pe cerere. Este abordată și integrarea în cadrul procesului de pregătire profesională a tuturor calificărilor implicate în activitatea curentă a bibliotecilor publice.

*Obiectivele strategice:*

1. Dezvoltarea structurilor de formare și dezvoltare profesională în cadrul Asociației;
2. Creșterea capacităților de formare în interiorul Asociației;
3. Crearea unei rețele de parteneri privind organizarea centrelor de instruire regională;
4. Perfecționarea calității și calibrarea scopurilor cursurilor, precum și a serviciilor oferite prin utilizarea Standardelor Ocupaționale drept bază pentru elaborarea și modernizarea curriculară;
5. Modernizarea permanentă a conținutului cursurilor astfel încât să corespundă realităților din bibliotecile publice românești;
6. Implementarea și utilizarea noilor tehnologii informaționale și de comunicații în scopul eficientizării și dezvoltării aptitudinilor de autoinstruire.

## **STRATEGIA PRIVIND DEZVOLTAREA UNUI SPAȚIU INFORMAȚIONAL COMUN**

Continuarea dezvoltării a modului de accesare la distanță a informației care a apărut în ultimii ani, mai exact a telefoanelor inteligente și a tabletelor conduce la o reacție imediată a instituțiilor din zona informării și documentării. Prin cadrul creat de programul BIBLIONET atât din punct de vedere al rețelei informatice și de instruire a utilizatorilor, trebuie să conducă la crearea de conținut digital util membrilor comunității. În acest sens crearea de colecții digitale, activitate

strâns legată de evoluția modernă a profesiei de bibliotecar reprezintă un deziderat actual.

*Obiectivele strategice:*

1. Cointeresarea și sprijinirea bibliotecilor care își asumă dezvoltarea de colecții digitale;
2. Elaborarea de ghiduri practice privind crearea colecțiilor digitale;
3. Cursuri specializate pentru a crea specialiștii necesari dezvoltării colecțiilor digitale;
4. Stabilirea unor formate standardizate privind descrierea resurselor digitale precum și a exportului acestora spre și dinspre colecții similare;
5. Compatibilizarea colecțiilor digitale cu cele ale Europeana.

## **STRATEGIA DE COMUNICARE A ANBPR**

### **1. ARGUMENT**

#### **1.1. Introducere**

În prezent, ANBPR reprezintă una dintre verigile instituționale care contribuie la recunoașterea și apărarea drepturilor unei categorii profesionale bine definite, și anume aceea a bibliotecarilor. Deși ANBPR este recunoscută, în mediul biblioteconomic restrâns, publicul larg nu îi cunoaște îndeaproape rolul și atribuțiile.

Pentru a-și crea și consolida o imaginea, Asociația intenționează să dezvolte și să implementeze o politică articulată de protecție și reprezentare a membrilor săi, în acord cu nevoile și așteptările acestora și cu limitele cadrului legal în care funcționează.

ANBPR este și dorește să și fie percepută drept cea mai importantă asociație profesională a bibliotecarilor din bibliotecile publice, la nivel național. Strategia de comunicare a ANBPR este un instrument de optimizare a informării și comunicării Asociației.

Metodele și mecanismele de comunicare descrise în prezenta Strategie vor fi analizate, evaluate și adaptate nevoilor punctuale ale organizației, precum și intereselor de promovare identificate de responsabilii de comunicare din Departamentul Operațional.

Strategia este importantă nu doar pentru conducerea ANBPR, ci și pentru toți cei care sunt implicați în elaborarea, promovarea și prestarea serviciilor de profil furnizate de Asociație. Ținta este evitarea blocajelor de comunicare din cadrul organizației prin imprimarea direcției și frecvenței corecte a fluxurilor informaționale.

#### **1.2. Considerații generale**

În respectul valorilor profesionale ale bibliotecarilor pe care îi reprezintă, ANBPR s-a angajat să exprime și să susțină public, ori de câte ori este nevoie, interesele și opiniile membrilor săi. Aceste luări de poziție ale Asociației au în vedere atât inițiativele de ordin profesional, măsurile guvernamentale, modificările legislative, cât și acțiunile civice, care pot influența evoluția și percepția profesiei de bibliotecar în comunitate.

În acest sens, Asociația dorește să potențeze rolul bibliotecilor publice în emanciparea publicului românesc - acela de:

1. centru de informare și documentare și nod digital;

2. centru de conservare a istoriei locale;
3. centru de cultură cu rol social;
4. centru suport pentru educație, învățare și cercetare;
5. centru IT&C și media.

Mesajul de comunicare al Asociației va avea un pronunțat caracter de informare și de educare a publicului. Accentul se va pune în special pe importanța rolului bibliotecii în conectarea comunității la mijloacele de informare și comunicare electronică. Obiectivele Asociației vor urmări conectarea cu proiectele naționale menite să dezvolte sistemul de biblioteci românesc și popularizarea serviciilor moderne de bibliotecă.

ANBPR încurajează și caută să faciliteze dialogul și cooperarea dintre profesioniștii bibliotecari și utilizatorii serviciilor de bibliotecă. Din perspectiva comunicării, acest lucru se va reflecta în difuzarea de mesaje personalizate pentru diferite categorii de utilizatori.

### 1.3. Principii de comunicare

Diversitatea mesajelor, varietatea ocaziilor care favorizează comunicarea și multitudinea mijloacelor de promovare, impun păstrarea câtorva constante.

Principiile generale sunt următoarele:

1. **Transparența** - capacitatea de a furniza, în timp optim, informație obiectivă și corectă privind activitățile ANBPR;
2. **Permanența** - capacitatea de a furniza în mod constant și coerent informații utile grupurilor-țintă (membri și non-membri) în scopul fidelizării și atragerii acestora;
3. **Flexibilitate** - capacitatea ANBPR de a se adapta rapid la semnalele venite din partea membrilor și partenerilor săi;
4. **Eficiența** - utilizarea optimă a resurselor în vederea atingerii impactului maxim;
5. **Unitate** - oferirea unui mesaj coerent și unitar („o singură voce”);
6. **Receptivitate** - capacitatea ANBPR de a fi deschisă și sensibilă la semnalele venite din partea membrilor și a mediului exterior pentru a le operaționaliza prin capacitatea de răspuns.

## 2. MEDIUL DE COMUNICARE ȘI CANALELE MEDIA

Strategia are în vedere cele două componente esențiale ale comunicării: **internă** și **externă**. Complementaritatea celor două permite dezvoltarea lor simultană. Eficiența comunicării la nivelul Asociației depinde, în egală măsură, de implementarea ambelor tipuri de comunicare.

### 2.1. Comunicarea internă

Mesajele interne pot viza:

1. *Poziționarea și perspectivele Asociației* – acestea trebuie să fie cunoscute de toți membrii ANBPR, pentru a înțelege mai bine implicarea lor și conexiunile pe care le au la dispoziție la nivelul organizației;
2. *Rolul individual în organizație* – este util ca fiecare membru al Asociației să cunoască drepturile, și responsabilitățile ce-i revin și, mai ales, să înțeleagă cum influențează activitatea și atitudinile proprii percepția de ansamblu a ANBPR;

3. *Evenimentele curente* (locale, regionale, naționale și internaționale) - acestea trebuie să fie cunoscute de membrii și angajații organizației;
4. *Exemplele de bune practici* și oportunități privind *dezvoltarea profesională*;
5. *Noutăți și trenduri* la nivel internațional.

*Canalele media pentru informarea internă:*

**Materialele tipărite** (mape de prezentare, buletin informativ, pliante, publicații profesionale, foi volante etc.), acolo unde sunt absolut necesare în compensare cu mediul electronic.

**Mijloacele electronice de comunicare** (site-ul asociației, liste de E-Mail, teleconferințe prin Skype, Yahoo Messenger, etc.).

**Discuțiile orale** (directe) - presupun transmiterea informației la toate nivelurile (ierarhic, de sus în jos, dar și dinspre membri simpli spre reprezentanții conducerii ANBPR).

**Conferințele anuale și întâlnirile regionale.**

## 2.2. Comunicarea externă

Pentru reușita demersurilor sale de comunicare, ANBPR trebuie să intre în relație cu instituții și organizații care pot contribui la atingerea cu succes a scopurilor propuse:

1. Autoritățile administrației centrale și locale;
2. Mass-media centrală și locală;
3. Asociațiile profesionale similare (naționale și internaționale);
4. ONG-uri din domeniul culturii, educației, patrimoniului etc.;
5. Asociații și fundații internaționale.

## 2.3. Aspectele organizaționale ale informării și comunicării

Fiind vorba de o asociație profesională, cea mai mare parte a demersurilor de comunicare iau forma informării publice.

Asociația își va promova activitățile prin: publicații proprii, newsletter-uri, manuale, spoturi audio și video, prezentări, discursuri și apariții publice, comunicări electronice etc.

Spre deosebire de publicitatea clasică, în sistem plătit, mesajele de informare publică în regim gratuit nu oferă siguranța că acestea vor fi preluate și difuzate întocmai de către canalele media. Pentru ca aceste mesaje să prezinte interes pentru presă, trebuie să se țină seama de stilul, audiența și specificul canalului mediatic respectiv. Mesajele emise de Asociație trebuie să respecte caracteristicile impuse de fiecare canal de informare în parte și de tehnologia de care dispune acesta.

## 2.4. Grupuri-țintă, mesaje, mijloace și tehnici de comunicare

Grupuri-țintă ale Asociației, la **nivel național**:

*Beneficiarii direcți:*

1. Membrii proprii;
2. Consiliul de Conducere;
3. Biroul Executiv;

4. Comisiile profesionale;
5. Personalul angajat.

*Beneficiarii indirecti:*

1. Bibliotecarii non-membri;
2. Alte categorii profesionale înrudite;
3. Potențialii beneficiari și beneficiarii finali ai programelor derulate de Asociație;
4. Mediul academic (cadrele didactice din domeniul biblioteconomic);
5. Funcționari publici și politicieni;
6. Reprezentanții Consiliilor Locale și Consiliilor Județene;
7. Reprezentanții mass-media;
8. Partenerii și colaboratorii;
9. Ministerul de resort;
10. Alte entități publice interesate;
11. Potențialii sponsori;
12. Publicul larg.

Grupuri-țintă ale Asociației, la **nivel internațional**:

1. Asociații profesionale ale bibliotecarilor;
2. Organizații internaționale cu profil apropiat;
3. Potențiali finanțatori.

Diversitatea grupurilor-țintă pe care le are în vedere Asociația determină necesitatea ca mesajul de comunicare să fie adaptat în funcție de particularitățile fiecărui grup.

Sunt vizate *persoanele direct interesate* de activitatea Asociației din perspectiva profesiei – membrii ANBPR, dar și funcționari publici, persoane cu funcții de decizie, politicieni, jurnaliști, cercetători, profesori și alte categorii socio-profesionale interesate.

În al doilea rând, trebuie avut în vedere *publicul larg*, pentru care trebuie gândite activități specifice de informare și comunicare, transmise prin diferite mijloace (media, mese rotunde, dialoguri, campanii de informare și sensibilizare, campanii de advocacy, etc.).

*Mesajele de comunicare* alese de Asociație vor îmbrăca diferite forme de prezentare:

1. distribuirea de buletine informative, cărți, reviste, broșuri și alte materiale de informare;
2. redactarea și distribuția de articole de presă, știri și reportaje în mass-media și online;
3. răspunsuri la diferite întrebări și solicitări venite din partea membrilor;
4. publicarea regulată a noutăților pe site-ul Asociației, și pe blog;
5. folosirea forumului și a platformei de e-learning atașată platformei ANBPR;
6. intensificarea contactelor cu filialele județene ale Asociației;
7. cooperarea cu ONG-urile active din domeniul cultural și domenii conexe;
8. stabilirea unui dialog cu mass-media și organizarea de conferințe de presă tematice;
9. lansarea de spoturi publicitare și campanii media de informare;
10. forme speciale de comunicare cu autoritățile administrației publice centrale și locale;
11. organizarea de seminarii și instruirii pe domeniile concrete de interes ale bibliotecarilor.



## *Mijloace de comunicare*

*Campaniile* – adresează problemele care necesită rezolvare (stabilirea obiectivelor, planificarea acțiunilor de întreprins, bugetarea și implementarea propriu-zisă).

*Relația cu mass-media* – are ca finalitate informarea publică privind acțiunile și măsurile întreprinse de Asociație în sprijinul membrilor săi. Colaborarea cu reprezentanții media poate lua următoarele forme:

1. **comunicarea directă** - întâlniri, prezentări, adunări, mese rotunde, conferințe etc.;
2. **comunicarea în scris** - rapoarte, anunțuri de interes public, articole, comunicate etc.;
3. **organizarea de evenimente** - conferințe de presă, seminarii, sărbători, decernari etc.

Activități de promovare a imaginii Asociației:

1. ONG-urile: stabilirea de memorandumuri de colaborare/parteneriat;
2. Finanțatori & ordonatori de credite – planificarea de întâlniri periodice;
3. Liderii de opinie - de invitat la evenimentele Asociației;
4. Personalități politice și factori de decizie – de implicat în grupurile de lucru și de atras în manifestările curente ale Asociației.

### 2.5. Comunicarea în situații de criză

În viața unei organizații pot apărea anumite situații tensionate, denumite crize.

Managementul unei crize este cu atât mai eficient cu cât organizația are pregătit, din timp, un set de măsuri bine fundamentate menite să o dezamorseze. Posibile măsuri de urgență:

1. Asumarea responsabilității;
2. Identificarea contextului real al crizei;
3. Cunoașterea și investigarea segmentelor de public afectate de criză;
4. Tratarea reprezentanților presei ca multiplicatori de mesaje, nu ca inamic;
5. Monitorizarea tuturor canalelor media disponibile;
6. Luarea de poziție într-un mod deschis și onest.

Comunicarea ineficientă în timp de criză poate transforma o situație problematică într-un adevărat dezastru. Chiar și crizele de mică amploare pot genera informații și reacții contradictorii. Credibilitatea organizației poate fi grav periclitată.

De aceea, organizația trebuie să elaboreze preventiv:

1. Lista de contacte utile în caz de criză;
2. Lista responsabililor cu putere de decizie;
3. Categoriile de public interesate de evoluția organizației.

## 3. STRATEGIA DE COMUNICARE

### 3.1. Obiective strategice și direcții de acțiune

Prin angajamentul său de a adopta o comunicare deschisă, incluzivă, onestă și transparentă, ANBPR dorește să-și arate disponibilitatea de a reflecta dorințele și interesele membrilor. În acest scop, ANBPR vrea să atragă contribuția membrilor pe toate palierele de activitate ale asociației.

### ***I. Îmbunătățirea comunicării cu membri și creșterea implicării membrilor în elaborarea și realizarea activităților asociației***

Direcții de acțiune:

1. Implicarea membrilor în activități;
2. Comunicare prin filialele județene;
3. Participarea membrilor Biroului Executiv la Adunările Generale sau întâlniri ale filialelor.

### ***II. Creșterea capacității ANBPR de a deveni partener strategic al autoritatilor publice***

Direcții de acțiune:

1. Conștientizarea asociațiilor din Administrațiile Publice Locale (APL) asupra rolului important al bibliotecii publice într-o comunitate;
2. Informarea și educarea publicului asupra rolului bibliotecii publice în comunitate (biblioteca = centru de cultură și informare și nod digital) – campanii tematice anuale;
3. Lobby pentru înființarea unui serviciu/direcție specializată dedicată bibliotecilor publice în cadrul Ministerului Culturii și Patrimoniului Național;
4. Dezvoltarea de politici publice (direcții strategice) în domeniu, împreună cu factorii de decizie la nivel național și/sau local a căror aplicare și bugetare să fie susținute și promovate de asociație.

### ***III. Recunoașterea de către categoriile de public-țintă a rolului, responsabilităților și serviciilor ANBPR***

Direcții de acțiune:

1. Înțelegerea de către membri și public a viziunii și misiunii Asociației;
2. Creșterea gradului de participare a publicului-țintă la activitățile ANBPR și la utilizarea serviciilor sale.

### ***IV. Promovarea pe plan intern și extern a ANBPR și a potențialului ei socio-profesional***

Direcții de acțiune:

1. Dezvoltarea și promovarea identității Asociației;
5. Realizarea și distribuirea materialelor de promovare a ANBPR și a oportunităților de reprezentare la nivel național și internațional;
6. Actualizarea periodică și dezvoltarea site-ului **anbpr.org.ro** și a paginilor de Internet dedicate programelor/proiectelor din care ANBPR face parte.

### ***V. Stabilirea de canale de comunicare permanentă cu celelalte asociații de profil pentru o mai bună coordonare în vederea realizării intereselor comune.***

Direcții de acțiune:

1. lansarea unei invitații tuturor asociațiilor de profil pentru stabilirea unui canal de comunicare comun,
7. inițierea unui Protocol între toate asociațiile de profil care să cuprindă elementele comune și obiectivele comune tuturor partenerilor.

### **3.2. Mesajele care trebuie transmise**

Pentru ca mesajele emise de Asociație să-și atingă scopul, acestea trebuie particularizate pe categorii de adresați. După stabilirea și validarea acestor tipuri de mesaje, se va trece la distribuirea pe diferite paliere de audiență:

***MESAJ CENTRAL*** (către baza de membri ANBPR): ***ANBPR contribuie la facilitarea accesului la informația profesională și susține procesul de modernizare a bibliotecilor,***

*prin diversificarea serviciilor adresate comunității.*

**MESAJ SECUNDAR 1** (către media și grupurile de decizie în domeniul cultural): *ANBPR este o rețea națională, cu peste 3300 de bibliotecari, grupați în 40 de filiale județene ce reprezintă o pârgie importantă în absorbția noilor tehnologii informaționale și în susținerea programelor de incluziune socială.*

**MESAJ SECUNDAR 2** (către publicul avizat, parteneri și colaboratori, asociații și fundații cu care se află în relație): *ANBPR mijlocește instruirea profesională continuă în contextul cerințelor societății informaționale.*

**MESAJ SECUNDAR 3** (către toți specialiștii breslei indiferent de specializare): *ANBPR este o organizație deschisă dialogului, condusă pe principiile transparenței, care susține incluziunea și parteneriatele în atingerea unor obiective comune.*

**Membrii ANBPR trebuie să fie la curent cu planificarea acțiunilor de comunicare prevăzute în Strategie.**

Este necesar ca aceștia să conștientizeze rolul pe care îl au în implementarea acestora. Pentru o informare continuă, Departamentul Operațional va oferi informații la zi, oficiale, corecte și complete, urmărind răspunsurile și solicitările din partea audienței.

### **3.3. Parteneriate**

Pentru a putea susține, financiar, logistic și sub aspectul resurselor umane, implementarea strategiilor și politicilor pentru dezvoltare, ANBPR dorește să-și extindă rețeaua de parteneri. Se va urmări strângerea relației cu filialele proprii și atragerii de noi membri cotizanți, cu accent pe recrutarea de membri persoane juridice. Se va urmări și înființarea de noi filiale.

ANBPR va încuraja încheierea de parteneriate între biblioteci la nivel local și național, în vederea partajării resurselor și a participării la programe comune. Un loc important va fi încurajarea dialogului și a parteneriatelor cu celelalte asociații de profil din România. Acest dialog continuu va conduce la o mai bună consolidare a capacităților comune și la nivel de breaslă.

Asociația va susține realizarea de parteneriate operaționale între biblioteci și autoritățile publice locale și centrale. Scopul este acela de a facilita implementarea serviciilor informaționale la nivelul bibliotecilor și includerea acestor instituții în circuitul cultural și social actual.

ANBPR urmărește să sensibilizeze factorii de decizie în vederea modernizării cadrului profesional al bibliotecarilor și tuturor specialiștilor domeniului științelor informării.

Pentru încheierea de noi parteneriate, ANBPR a prevăzut următoarele acțiuni:

1. Identificarea organizațiilor neguvernamentale, a asociațiilor profesionale și a companiilor care pot sprijini ANBPR în activitatea de promovare și comunicare;
2. Semnarea de protocoale de colaborare cu diferite organizații din zona de acțiune a ANBPR<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Ministerul Culturii, Cultelor și Patrimoniului Național, Ministerul Comunicațiilor și Societății Informaționale, Asociația Orașelor din România, Asociația Comunelor din România, Asociația Municipiilor din România, Federația Națională a Editorilor, Institutul Național pentru Statistică și Studii Economice, Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci, Federația Autorităților Locale din România, Fundația PACT- Parteneriat pentru Acțiune Comunitară și Transformare,

### 3.4. Monitorizarea și evaluarea

Procesul de evaluare se va axa pe analiza eficacității activităților de informare și comunicare ale ANBPR. Între instrumentele de control al impactului se numără:

1. Dezbaterile de tip focus-grup din cadrul întâlnirilor periodice ale ANBPR;
2. Analizarea materialelor relevante produse ca urmare a campaniei de comunicare;
3. Situația care reflectă acoperirea media a mesajelor de comunicare lansate de Asociație;

#### *Măsurători și indicatori de performanță:*

1. Indicatori agregați din volumul opiniilor exprimate de membri pe diferite canale de comunicare (email, forum, blog, etc.)
2. numărul comunicatelor de presa difuzate de ANBPR;
3. numărul de evenimente organizate pe parcursul anului;
4. organizarea de mese rotunde, seminarii, workshop-uri, conferințe;
5. numărul de articole apărute în mass-media;
6. numărul de vizitatori pe website-ul [www.anbpr.org.ro](http://www.anbpr.org.ro);
7. numărul de materiale informative tipărite pentru informarea și promovarea ANBPR.

Pe baza analizei acestor indicatori, se va stabili dacă măsurile de informare și publicitate întreprinse pe parcursul anului au atins eficiența scontată.

## STRATEGIA DE PROMOVARE ȘI INFORMARE - ADVOCACY

### 1. ARGUMENT

*Strategia de promovare și informare – advocacy – reflectă nevoile de relaționare ale ANBPR cu alte instituții, cu autoritățile publice, cu factorii de decizie în domeniul cultural mai larg, cu ministerele implicate în programe socio-culturale în care Asociația ar dori să fie reprezentată, precum și cu organizații publice sau private cu care ANBPR dorește să sau are interesul să interacționeze.*

Prin această strategie, Asociația poate elabora, conduce și superviza acțiunile de promovare în mediul public. Prin setul de măsuri adoptat și efectele exercitate sunt prevăzute modalitățile prin care ANBPR își poate exercita influența în relația cu factorii decizionali.

ANBPR trebuie să-și consolideze rolul de actor principal în elaborarea politicilor publice și a legilor care afectează viața profesională a bibliotecarilor.

#### 1.1. Contextul socio-economic și de breaslă

Domeniul biblioteconomiei și al științelor informării a cunoscut, în ultimul timp, transformări importante la nivelul conceptelor, structurilor, activităților și funcționalităților. Toate acestea au condus la o modificare a practicilor și funcțiilor instituțiilor de memorie. Aceste noi abilități și funcții dobândite trebuie să-și găsească un plan de convergență cu alte ramuri de activitate ale societății ca o prelungire firească a misiunii breslei.

## 2. STAREA ACTUALĂ

Sub aspectul acțiunilor de relații cu publicul, ANBPR a avut o politică constantă încă de la înființare. În buna cultură a organizațiilor non-profit, Asociația a înțeles să stabilească relații de bună comunicare și reprezentare la nivelul structurilor Administrației Publice Locale (APL) și ale Administrației Publice Centrale (APC), acolo unde a fost posibil.

Cu ocazia evenimentelor proprii sau ale partenerilor, ANBPR a strâns legăturile cu principalii săi parteneri sociali, încercând să identifice direcții de acțiune comune și să-i cointereneze în sprijinirea programelor asumate de Asociație. Prin acțiunile pe care Asociația le-a întreprins de-a lungul timpului, aceasta s-a preocupat de rezolvarea problemelor presante ale comunității bibliotecarilor, cu implicarea activă a factorilor de decizie de la diferite nivele: Consilii județene, Ministere, alte asociații profesionale, comisii de specialitate etc.

ANBPR are o imagine publică conturată, ușor recognoscibilă, cel puțin pentru segmentele de public prioritare, reprezentate de bibliotecari și persoane cu profesii înrudite. Totuși, uneori există un oarecare decalaj între ceea ce consideră Conducerea Asociației că fiind percepția organizației și ceea ce se întâmplă cu adevărat la nivelul publicurilor-țintă.

Principala problemă de relații cu publicul semnalată la nivelul Asociației, o reprezintă volatilitatea încrederii publicurilor în puterea de acțiune a organizației. Fluctuația de încredere este perfect justificată, deoarece, ajunsă la maturitatea dezvoltării sale, ANBPR este pusă în situația de a-și depăși permanent performanțele. Acest lucru nu este întotdeauna posibil, mai ales în materie de relații cu publicul.

În plus, nu toți „ambasadorii” de relații cu publicul ai Asociației au aceeași expertiză și determinare în susținerea politicii de alianțe a ANBPR. Din acest punct de vedere, este recomandabil ca grupul celor implicați în acțiuni de relații cu publicul, să fie deschis în special specialiștilor în comunicare, care se bucură de încrederea și simpatia membrilor.

Asociația trebuie să fie mult mai conștientă de opiniile sincere ale membrilor, pentru a-și putea manageria o imagine corectă și favorabilă în exterior.

## 3. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE STRATEGIEI

Autoritățile duc lipsă de timp, specialiști și resurse pentru a analiza în detaliu măsurile ce ar conduce la efecte favorabile asupra ramurii de activitate a biblioteconomiei și a grupurilor interesate. De aceea, decidenții au nevoie de informații punctuale, specializate și de analize sectoriale din partea experților și a grupurilor direct implicate în modernizarea acestui sector de activitate.

Pentru a reprezenta eficient interesele profesionale ale bibliotecarilor și bibliotecilor publice, ANBPR a decis să inițieze campanii de promovare și informare, care să vizeze anumite grupuri de decidenți. În felul acesta, Asociația speră să obțină sprijinul necesar în promovarea și susținerea politicilor publice de modernizare a sistemului de biblioteci publice din România.

### 3.1. Obiectivele strategiei

Absența unei colaborări permanente cu factorii politici și terții nu au permis realizarea de programe/strategii coerente și sustenabile din punct de vedere financiar, care să direcționeze

toate bibliotecile publice spre modernizare și dezvoltare europeană.

ANBPR își propune să atragă atenția asupra activității sale și să obțină sprijin în îndeplinirea obiectivelor, precum și recunoașterea activității sale de către comunitatea bibliotecarilor și de către publicul larg.

#### **OBIECTIVE:**

1. Creșterea gradului de informare a publicului general și specific al ANBPR cu privire la ansamblul activităților Asociației, precum și creșterea recunoașterii publice a ANBPR;
2. Creșterea gradului de informare la nivelul autorităților (minister de resort și foruri legislative), cu privire la situația juridică a bibliotecilor și la modul de aplicare a *Legii bibliotecilor*, precum și influențarea intervențiilor asupra acestei legi;
3. Scăderea numărului de oponenți sau nemulțumiți din structurile Asociației ca efect al cunoașterii mai bune a competențelor Asociației și a limitelor sale de acțiune.

### **3.2. Tipurile de public-țintă ale ANBPR**

Aplicarea strategiei se concentrează pe atingerea unei audiențe cât mai numeroase din rândul persoanelor direct interesate de acțiunile și serviciile oferite de către ANBPR.

**Publicul extern** (general): bibliotecarii de pe întreg teritoriul României, persoanele interesate de evoluția acestui domeniu de activitate, mediul universitar de profil, mass-media, organizațiile guvernamentale etc.

**Publicul intern:** membrii ANBPR din toate structurile sale regionale, filiale cu sau fără personalitate juridică.

#### **Publicul specific:**

1. Ministere și Direcții<sup>2</sup>
2. Asociații profesionale<sup>3</sup>

### **3.3. Categoriile de mesaje**

Mesajele vor fi transmise prin intermediul activităților și produselor de informare a audiențelor interne și externe.

#### **Mesajul principal:**

Mesajul-cheie va fi transmis prin intermediul activităților și produselor de informare și relații publice, în vederea informării publicului general:

***„Prin frecvența, amploarea și diversitatea acțiunilor pe care le întreprinde, ANBPR este cea mai importantă asociație profesională a bibliotecarilor și bibliotecilor publice din România, cu rezultate concrete și măsurabile în***

---

<sup>2</sup> Ministerul Culturii Cultelor și Patrimoniului Național, Direcția Generală Creație Contemporană, Diversitate Culturală - Biroul Cultură Scrisă, Lectură Publică, Comisia Națională a Bibliotecilor, Ministerul Comunicațiilor și Societății Informaționale, Ministerul Educației și Cercetării, Direcția Generală Învățământ în Limbile Minorităților

<sup>3</sup> Asociația Bibliotecarilor din România (ABR), fosta Asociația Bibliotecarilor din Învățământ din România (ABIR), Asociația Bibliotecarilor și Documentariștilor din București (ABIDOR), Asociația Bibliotecarilor Maghiari din România (RMKE), Asociația Bibliotecarilor din Biblioteca Națională a României (ABBNR), Biblioteca Națională a României

3

3

**Mesaj secundar:**

*„ANBPR urmărește responsabilizarea membrilor și factorilor de decizie în ce privește ameliorarea situației profesionale și sociale a bibliotecarilor, antrenând toate resursele de care dispune în rezolvarea problemelor punctuale ale acestei comunități profesionale”.*

---

### **3.4. Tehnici și instrumente utilizate în promovare și informare - advocacy**

Cele mai utilizate tactici de relații publice pe care Asociația le poate adopta sunt:

1. **în relația cu angajații, membrii și colaboratorii:** comunicarea interpersonală, newsletter-ul, filme de prezentare, rapoarte de activitate, cuvântări, platformă colaborativă, evenimente speciale;
2. **în relația cu membrii, partenerii, sponsorii și finanțatorii:** newsletter-ul, broșuri, scrisori, rapoarte de activitate, comunicate de presă, Internet, adunările generale;
3. **în relația cu media și societatea civilă:** dosare de presă, evenimente speciale, răspunsuri la solicitările primite pe adresa Asociației, vizite la sediul central sau în filiale, comunicate de presă, dosare de presă, conferințe de presă, vizite de presă, documente video, comentarii pentru paginile de opinii, interviuri, documentare;
4. **în relația cu comunitatea:** donații, sponsorizări, cuvântări, zilele „ușilor deschise”, vizite în filiale, comunicarea interpersonală, newsletter-ul, Internet, evenimente speciale cu diferite ocazii festive;
5. **în relația cu organisme guvernamentale:** lobby, memorandumuri, protocoale, întâlniri de lucru, scrisori deschise, rapoarte de activitate.

## **4. ACTIVITĂȚI DE RELAȚII PUBLICE**

### **4.1. Activități specifice de PR**

#### **4.1.1. Plan de acțiune pentru reînființarea direcției pentru biblioteci publice**

Rolul fostei Direcții a bibliotecilor din Minister:

1. Coordonare metodologică,
2. Monitorizarea comisiei de achiziții (în funcție de solicitări),
3. Inițiere și coordonare legislație/politici,
4. Statistică de bibliotecă,
5. Coordonare târguri de carte internaționale.

Probleme de adresat în cazul reînființării:

1. Cum ar trebui să se coordoneze direcția cu Comisia Națională a Bibliotecilor,
6. Necesitatea unei politici naționale care să arate noul rol al bibliotecilor.

*Țintă primară:* Ministrul Culturii și Patrimoniului Național

*Ținte secundare:*

1. Asociațiile de profil din România;
2. Secretarii de stat din MCPN;
3. Parlamentari;
4. Consilieri ministru;
5. Partide politice.

#### **4.1.2. Plan de acțiune pentru amendarea legii bibliotecilor**

*Țintă primară:* Parlament (Comisiile de cultură din cele 2 camere ale Parlamentului)

*Ținte secundare:*

1. Asociațiile de profil din România,
2. Parlamentari individuali,
3. Comisia de buget-finanțe,
4. Comisia juridică,
5. Ministerul Culturii și Patrimoniului Național,
6. Ministerul Comunicațiilor și Societății Informaționale,
7. Ministerul Educației Cercetării Tineretului și Sportului,
8. Ministerul Muncii (în funcție de amendamente specifice pentru unele din articole și anexe).

Activități

##### *1. Etapa de cercetare*

1. Probleme din lege pretabil a fi amendate și propuneri noi,
2. Corelarea cu alte legi/politici.

Detalii

Informarea membrilor asociației asupra necesității și oportunității de a formula propuneri de amendare a legii bibliotecilor.

Informarea și consultarea aliaților și a țăintelor secundare privitor la oportunitatea și modalitățile de realizare.

1. Propuneri de amendare și introducerea noilor prevederi;
2. Reuniuni comune de armonizare a amendamentelor colectate de alte asociații;
3. Înaintare și propuneri (organisme abilitate /comisii cultură), precum și spre țăintele secundare și aliați.

#### **4.1.3. Plan de acțiune pentru recunoașterea ANBPR ca asociație de utilitate publică**

*Țintă primară:* Guvern, Ministerul Culturii și Patrimoniului Național

*Ținte secundare:*



- Secretarii de Stat ai MCPN
- Direcția Generală Creație Contemporană, Diversitate Culturală - Biroul Cultură Scrisă, Lectură Publică;
- Comisia juridică a MCPN;

#### 4.2. Activități conexe

Imaginea de organizație se conturează în primul rând în interiorul acesteia, pentru că ea să se exteriorizeze în presă într-o manieră cât mai favorabilă. Pentru a putea genera o percepție cât mai bună în exterior, este nevoie că imaginea organizației percepută din interior să fie una corectă și fidelă. ANBPR are nevoie să valorifice în mod optim relațiile interumane existente între membri, în special pe acelea care îi implică pe membrii mulțumiți de prestația și performanțele Asociației.

Dincolo de preocupările sale de bază, ANBPR trebuie să urmărească în permanență ca activitatea ei să fie corect reflectată în raport cu publicurile interesate. Pentru aceasta Asociația nu trebuie să ezite să-și prezinte public opiniile, să se justifice, să se apere sau să combată în mod deschis.

#### 4.3. Parteneri sociali

Factorii implicați în campaniile de promovare și informare ale ANBPR se pot împărți în următoarele categorii:

1. Persoane direct afectate de activitatea și demersurile punctuale ale ANBPR;
2. Persoane care pot influența impactul deciziilor/ acțiunilor și proiectelor derulate de Asociație sau care sunt influențate de aceasta;
3. Parteneri sociali: indivizi, grupuri, organizații, instituții, comunități.

Pentru ANBPR, parteneriatele reprezintă o condiție absolut necesară pentru evoluția sa organizațională. Fie că vorbim de parteneriate existente sau de încheierea de parteneriate cu alte asociații profesionale, fundații, sau alte entități non-profit implicate în procesul de dezvoltare comunitară, dar și cu edituri sau reprezentanți ai mediului de business, ANBPR urmărește să-și consolideze poziția de partener eligibil și de importanță strategică.

La nivelul bibliotecilor, parteneriatele îmbracă diverse forme, de la acordurile de împrumut interbibliotecar, programe de achiziție sau de catalogare în cooperare, asocierea în vederea accesării de programe de finanțare, acorduri de sprijin în derularea de campanii inițiate de terți, implicarea în acțiuni culturale sau sociale de interes comunitar, mergând până la constituirea de consorții pentru partajarea și exploatarea cât mai economică a resurselor.

## 5. EVALUAREA STRATEGIEI

Evaluarea Strategiei de promovare și informare va avea în vedere trei componente și anume: evaluarea analiză sociologică (chestionare, sondaje, etc.), monitorizarea implementării și evaluarea finală. Monitorizarea implementării va consta în urmărirea îndeaproape a tuturor activităților prevăzute în Strategie pe tot parcursul implementării. Prin această formă de evaluare permanentă se vor putea opera schimbări necesare, realocări de resurse sau redefiniri ale priorităților de PR.

# STRATEGIA PRIVIND DEZVOLTAREA PROFESIONALĂ A ANBPR

## 1. ARGUMENT

Sistemele de educație și formare profesională sunt în tranziția către economia și societatea bazată pe cunoaștere ceea ce impune o adaptare neîntreruptă.

Dezvoltarea sistemelor de educație profesională continuă, subsecvente dezvoltării sistemului biblioteconomic românesc este de o maximă importanță în acest moment.

Ca prioritate acest lucru presupune:

1. costuri și responsabilități împărțite între instituțiile publice, ANBPR și persoane, precum și revizuirea stimulentei pentru creșterea investițiilor în capitalul uman și în întreprinderi.
2. îmbunătățirea ofertei de perfecționare profesională cu scopul creșterii accesului la formarea profesională continuă, în special pentru cei care au cel mai mult nevoie, respectiv pentru bibliotecarii care nu au mai parcurs nici o perioadă de instruire după calificare și pentru bibliotecarii seniori, ținând cont de viitoarele nevoi ale dezvoltării bibliotecii publice.
3. dezvoltarea unor metode inovative de învățare și formare profesională și investiția în deprinderi legate de utilizarea tehnologiilor de informare și comunicare.

## 2. ANALIZA SITUAȚIEI

### 2.1. Context

Bibliotecarii vor fi nevoiți să-și dezvolte competențele de organizare a cunoștințelor, de căutare a informațiilor, de educare a utilizatorilor și de înțelegere a structurii informației (cultura informației, acces deschis și arhitectură informațională). Vor trece de la activitatea de mijlocire și diseminare la cea de culegere, administrare și producere de informație.

Procesul de globalizare a determinat schimbări semnificative în structura ocupațională a României. Au apărut ocupații noi, iar pe de altă parte, conținutul multor altora a suferit modificări. În anumite ramuri de activitate, unele ocupații au căpătat înțâietate, iar altele au devenit învechite și au dispărut.

Principalele competențe asociate schimbărilor din domeniile asociate breslei sunt: lucrul cu computerul și tehnologiile de informare și comunicare (TIC), rezolvarea problemelor apărute, managementul resurselor, adaptabilitatea la schimbarea tehnologiilor și comunicarea.

Se evidențiază ca și competențe trans-sectoriale: lucrul cu tehnologiile de informare și comunicare și cunoașterea limbilor de circulație internațională.

### 2.2. Cadrul legislativ

Cadrul legal specific domeniului biblioteconomic și al instruirii și formării profesionale continue a adulților este reglementat de:

1. Legea Bibliotecilor nr. 334 din 31 mai 2002, republicată,
2. Strategia pe termen scurt și mediu pentru formare profesională continuă 2005-2010, aprobată prin HG nr. 875/2005,
3. Clasificarea Ocupațiilor din România 2010 și corespondența cu ISCO88,
4. OG 129 / 2000 precum și OG 76 / 2004 privind formarea profesională a adulților.

### 2.3. Definirea problemei

Biblioteca, prin tradiție, este poate cea mai importantă instituție publică de mediere a accesului la suporturile și canalele de informare a cetățenilor. Aici, utilizatorii pot consulta documente de diverse categorii, pe suport tipărit sau electronic, își pot rezolva o serie de probleme de ordin personal, pot consulta presa, pot naviga pe Internet și multe altele.

Potrivit noilor tendințe impuse de societatea bazată pe cunoaștere, bibliotecarii vor fi nevoiți să-și dezvolte noile competențele de organizare a cunoștințelor, de căutare a informațiilor, de educare a utilizatorilor și de înțelegere a structurii informației prin utilizarea a multiple surse de informare și mai ales a mai multor suporturi informaționale (cultura informației).

În prezent, pregătirea profesională a bibliotecarilor și a profesioniștilor din domeniul informării este inegală fiind dictată de cele mai multe ori de obiectivele pe termen mediu și lung al instituției și de viziunea managerilor. Aici poate interveni o instruire poate puțin adecvată activității de specialitate definită în Codul Ocupațiilor din România (COR), de cele mai multe ori depinzând de tipul de bibliotecă și nu de puține ori de fondurile pentru dezvoltare profesională alocate.

Strategia dorește să ofere cadrul necesar pentru însușirea noilor abilități și capacități profesionale necesare pentru a păstra biblioteconomia în rândul disciplinelor cu puternică incidență socială.

Dezvoltarea unor servicii moderne, bazate pe TIC (tehnologia informației și comunicațiilor), este condiționată de dobândirea de către bibliotecari și specialiștii din domeniul informării de noi abilități și competențe TIC.

Efectele acestei strategii vizează adecvarea portofoliului de cursuri de perfecționare la nevoile de recalificare ale instituțiilor biblioteconomice prin care se urmărește dezvoltarea carierei profesionale a membrilor. În prezent, pregătirea profesională a bibliotecarilor și profesioniștilor din domeniul informării este inegală și, pe alocuri, inadecvată, depinzând de:

- tipul de bibliotecă în care lucrează,
- fondurile financiare disponibile,
- obiectivele și prioritățile instituției,
- deschiderea și viziunea managerilor.

Alte obstacole cu care bibliotecile se confruntă în prezent sunt:

- rezistența personalului în ce privește adoptarea instrumentelor informatice;
- lipsa competențelor manageriale;
- insuficienta instruire de specialitate;
- inadaptabilitatea la schimbare;
- nesiguranța privind strategia și alegerea soluțiilor adecvate;
- lipsa unei politici de breaslă clare;
- lipsa unei politici de colaborare între biblioteci;
- lipsa fondurilor pentru investiții în domeniul tehnologiei informației și al costurilor de operare;
- lipsa suportului tehnic;

- temeri legate de exercitarea drepturilor de autor.

Bibliotecarul modern va deține competențe editoriale, de cercetare, de realizare a unor proiecte practice, de interpretare a cunoștințelor și de evaluare a calității resurselor de cunoaștere. De asemenea, acesta va fi în postura de a lucra din ce în ce mai mult în echipă, de a utiliza creativ mijloacele electronice și de a iniția dezbateri pe teme profesionale în mediul virtual.

Indiferent de tipul lor, bibliotecile trebuie să aibă politici cât mai clare privind perfecționarea personalului, stabilirea de noi niveluri de competență ale acestuia și îmbunătățirea în permanentă a asistenței și serviciilor pe care aceste instituții le oferă utilizatorilor.

### **3. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE STRATEGIEI**

#### **3.1. De ce este nevoie de o strategie privind resursele umane**

Bibliotecile se confruntă cu o mare problemă în angajarea ori formarea de specialiști în domeniul biblioteconomiei și științelor informării.

Faptul că ANBPR prin numărul de mare de membri și acoperirea națională poate reacționa eficient la nevoile de instruire pe care membrii persoane fizice ori juridice le pot solicita constituie un avantaj în dezvoltarea sa ca și prestator de servicii de instruire atât privind calificarea în meseria de bibliotecar cât și în crearea unui sistem de pregătire profesională pe tot parcursul vieții pentru activitățile derulate în bibliotecile din România.

Implicarea ANBPR în activitatea de instruire a bibliotecarilor are de asemenea și o mare influență asupra membrilor care vor avea un semnal cert asupra eficienței Asociației și a prezenței acesteia alături de membri, cât și o modalitate de atrage noi membri dat fiind interesul Asociației pentru dezvoltarea profesiei.

În felul acesta, Asociația se va implica eficient în procesul de modernizare a sistemului de biblioteci publice din România.

#### **3.2. Obiectivele strategiei**

##### ***I. Implicarea ANBPR în sistemul instruirii și formării profesionale prin abordarea unui sistem flexibil axat pe cerere***

Direcții de acțiune:

1. Constituirea unui sistem de instruire flexibil bazat pe tehnologii informaționale și de comunicare moderne
2. integrarea în cadrul procesului de calificare/pregătire profesională a tuturor calificărilor implicate în activitatea curentă a bibliotecilor publice.

##### ***II. Consolidarea formării și dezvoltării profesionale și adaptarea la cerințele contemporane***

Direcții de acțiune:

1. Colectarea bunelor practici și diseminarea/promovarea lor – realizarea unui Corpus de

- bune practici;
2. Crearea de standarde profesionale;
  3. Idee de explorat – „Ziua profesională” sau „Ziua dialogului profesional”, precum și „Noaptea bibliotecilor”.

**Obiectivele specifice sunt:**

1. Dezvoltarea structurilor de formare și dezvoltare profesională în cadrul Asociației;
2. Creșterea capacităților de formare în interiorul Asociației;
3. Crearea unei rețele de parteneri privind organizarea centrelor de instruire regională;
4. Perfecționarea calității și calibrarea scopurilor cursurilor, precum și a serviciilor oferite prin utilizarea Standardelor Ocupaționale drept bază pentru elaborarea și modernizarea curriculară;
5. Modernizarea permanentă a conținutului cursurilor astfel încât să corespundă realităților din bibliotecile publice românești;
6. Implementarea și utilizarea noilor tehnologii informaționale și de comunicații în scopul eficientizării și dezvoltării aptitudinilor de autoinstruire.

Luând în considerație obiectivele strategiei și problemele identificate, și pentru atingerea acestor obiective, următoarele etape trebuie parcurse:

1. Crearea unui sistem modern de predare având un mare caracter de mobilitate, prin realizarea unor dotări capabile de a fi portate facil spre centrele regionale de instruire;
2. Creare de parteneriate pentru a înființa centre regionale de instruire în toată țara;
3. Extinderea instruirii practice și integrarea în cadrul cursurilor de specialitate din domeniul biblioteconomiei a unui sistem integrat de bibliotecă;
4. Ridicarea gradului de adaptabilitate și flexibilitate a cursurilor printr-un sistem eficient de feed-back pentru fiecare conținut livrat;
5. Integrarea în procesul de perfecționare a unui sistem de învățare on-line;
6. Asigurarea menținerii permanente a sistemului de instruire într-unul axat spre cerere.

### **3.3. Adresabilitate**

Cursurile de calificare/perfecționare derulate de ANBPR se vor concentra pe atragerea unui număr cât mai mare de persoane interesate de calitatea și costurile pe care activitatea de instruire o generează.

**Nemembrii:** bibliotecarii de pe întreg teritoriul României, persoanele interesate de cursurile de calificare/perfecționare abordate și care doresc să devină bibliotecari, alte persoane care consideră cursurile derulate ca fiind utile dezvoltării lor profesionale, etc.

**Membrii:** membrii ANBPR persoane fizice ori persoane juridice din toate structurile sale regionale, filiale cu sau fără personalitate juridică.

## **4. Rezultate scontate**

1. Rețea de centre regionale de instruire;
2. Sistem axat pe cerere;

3. Adaptabilitate și flexibilitate ridicate prin corelarea permanentă cu cerințele impuse de dezvoltarea sistemului de biblioteci publice din România;
4. Monitorizare și adaptarea permanentă a Standardelor Ocupaționale din domeniul biblioteconomiei și științelor informării;
5. Sistem de elaborare a curriculei în raport cu cerințele sistemului de biblioteci publice și coroborate cu standardelor educaționale și ocupaționale existente;
6. Instruirea practică extinsă;
7. Costul unitar al unui curs mai redus decât cele oferite de oricare din ofertanții de cursuri de calificare/instruire aflați pe piață, și un mai bun raport calitate/preț;
8. Numărul participanților la formele de instruire în creștere de la an la an;
9. Rata de succes în aplicarea cunoștințelor acumulate la cursuri în activitatea curentă cât mai mare.

## **STRATEGIA PENTRU DEZVOLTAREA UNUI SPAȚIU INFORMAȚIONAL COMUN**

### **1. ARGUMENT**

Schimbările la nivelul așteptărilor membrilor comunității sunt dictate de eficiența cu care serviciile comerciale reușesc să modifice tiparele și obiceiurile de regăsire a informațiilor.

Canale alternative de informare se dezvoltă la nivel de comunitate locală (bloguri, pagini pe serviciile de socializare, fluxuri de știri, etc.) iar media de informare tradițională a depășit de mult barierele media clasice. Toți acești actori sunt angajați într-o luptă dură pentru atenția membrilor și trebuie considerați cu respect învățând din tehnicile de promovare online pe care aceștia le angajează.

Toate aceste servicii existente împreună cu produsele de informare oferite de biblioteci creează un spațiu informațional concurent în care noi servicii trebuie să apară pentru a reangaja și reconfirma rolul bibliotecilor ca mediator, păstrător și garant al memoriei locale, naționale și universale.

În acest moment multe eforturi au fost dedicate la nivel național pentru constituirea de colecții digitale, dar aceste eforturi nu au beneficiat de o coordonare sau să fi urmărit un program prestabilit. Toate achizițiile de abilități, tehnici și tehnologii conturează un peisaj fragmentar la nivel național. În ciuda acestor limitări există baze de resurse, unele fiind chiar angajate la nivel european. Acest punct al strategiei va răspunde necesităților de armonizare a resurselor electronice existente la nivel național și racordarea spațiului informațional comun la eforturile internaționale care vizează valorificarea datelor bibliografice - date deschise, a rezultatelor de cercetare în Acces Deschis și a resurselor educaționale deschise.

Constituirea unui spațiu informațional comun este necesară acum mai mult ca oricând. Acest spațiu va avea ca efecte creșterea capacității de răspuns a sistemului biblioteconomic la solicitările de informare ale membrilor comunității și va constitui baza solidă pentru interconetarea la nivel european și mondial.

## 2. OBIECTIVE

Acest punct al strategiei este complementar celorlalte prin finalitate și mijloacele utilizate pentru atingerea obiectivelor, dar mai ales prin folosirea resurselor asociației în mod eficient. Această viziune poate fi atinsă prin îndeplinirea următoarelor obiective:

1. Conștientizarea bibliotecilor de rolul de colector, administrator, difuzor și conservator a memoriei locale și naționale;
2. Realizarea de ghiduri practice pe platforma web a asociației pentru resurse digitale care să ghideze bibliotecile în realizarea propriilor colecții;
3. Instruirea unui corp de specialiști dedicați realizării spațiului informațional comun prin intermediul platformei web a asociației;
4. Pilotarea unui prim model de agregare a datelor bibliografice și a resurselor de cercetare științifică cu Acces Deschis la nivel național;
5. Promovarea de către biblioteci a resurselor deschise ca o contrapondere normală la serviciile comerciale: resurse educaționale deschise, resurse de cercetare cu Acces Deschis, instrumente software cu sursă deschisă pentru activitățile curente și acces la date deschise.

## 3. PLAN DE ACȚIUNI

Faza 1 (0 - 12 luni).

### 3.1. Elaborarea și susținerea unui campanii de conștientizare a rolului în continuă schimbare a bibliotecilor

Bibliotecile trebuie să devină mediatore de resurse electronice și o inițitoare de modele cu care membrii comunității sunt deja obișnuiți de serviciile comerciale. În acest sens sunt necesare:

1. **Identificarea persoanelor cu abilități tehnice** sau a celor care doresc suplimentarea abilităților tehnice și formarea continuă a acestora cuplându-le la activitățile comisiilor de specialitate prin intermediul platformei web a asociației;
2. **Defășurarea campaniei în sistemul de biblioteci** având vectori de popularizare specialiștii identificați anterior:
  1. mutarea profilului de pe mijlocitori și consumatori de resurse pe cel de valorificatori, producători și curatori,
  2. accent pe necesitatea promovării culturii informației,
  3. accent pe popularizarea resurselor cu Acces Deschis,
  4. accent pe conștientizarea problemelor drepturilor de autor cu sublinierea resurselor care sunt deschise, libere sau în Domeniu Public.

Faza 2 (0 - 12 luni).

### 3.2. Elaborarea de materiale și organizarea de tutoriale practice privind culegerea, administrarea, prezervarea, diseminarea și interconectarea resurselor digitale;

Faza 3 (0 - 24 luni).

### 3.3. Fiecare bibliotecă, un nod digital:

1. identificarea resurselor deja dezvoltate (bloguri, colecții digitale, seturi de resurse partajate prin intermediul rețelelor sociale, etc) numite generic pentru convenință: contribuții instituționale;
2. constituirea unui registru unic de înregistrare a resurselor (mecanism de referențiere);
3. Elaborarea unei strategii de prezervare a resurselor pentru întregul spațiu informațional;
4. Cuplarea altor inițiative prin realizarea unor parteneriate.
5. Asigurarea unei platforme inclusă în structura de echipamente ale ANBPR pentru bibliotecile care au resurse digitale dar care nu au încă posibilitatea de a le promova on-line.

## PUNEREA ÎN PRACTICĂ A STRATEGIEI

Strategia va fi urmărită în baza unui plan anual de acțiuni care va fie evaluat în baza indicatorilor stabiliți pentru fiecare direcție strategică în parte. Planul de acțiuni va desfășura activități în baza unui calendar convenit la nivelul conducerii Asociației respectând limitele bugetare și resursele de timp ale părților implicate.

**Departamentul Operațional al Asociației** este responsabil de implementarea planului de acțiuni pentru comunicare în conformitate cu strategia propusă și aprobată în ședința Biroului Executiv a Asociației.

ANBPR va monitoriza, în permanență, implementarea Strategiei și va evalua periodic rezultatele obținute.

Dacă indicatorii de performanță vor releva rezultate nesatisfăcătoare, aspectele deficitare ale strategiei vor putea fi modificate sau completate corespunzător. Asociația va ține cont și de recomandările membrilor proprii, de studiile sociologice, de reacțiile opiniei publice, precum și de problemele reflectate în mass-media.