

**CAMPANII DE BIBLIOTECĂ ÎN SPRIJINUL CUNOAȘTERII
VALORILOR EUROPENE**

**Victoria VASILICA,
Angela DRĂGĂNEL,**
Biblioteca Națională a Republicii Moldova

Colaborarea dintre Uniunea Europeană (UE) și Republica Moldova a înregistrat progrese deosebite începând cu anul 2014, când a fost semnat Acordul de Asociere. În anul 2023 țara noastră a primit statutul de țară candidat și desigur toate eforturile guvernului, ministerelor și instituțiilor subordonate se centrează pe ajustarea cadrului legislativ, formarea competențelor angajaților, digitalizarea serviciilor publice, promovarea educației ecologice și protecției mediului, dar și alte aspecte ale procesului de integrare europeană. În această ordine de idei, UE a devenit cel mai fiabil partener de dezvoltare a Republicii Moldova și unul dintre cei mai mari donatori. Direcțiile de dezvoltare la care contribuie UE sunt diverse, începând cu îmbunătățirea climatului pentru afaceri, consolidarea statului de drept până la îmbunătățirea vieții cetățenilor în mod tangibil.

Conform site-ului oficial al Uniunii Europene pentru Republica Moldova au fost inaugurate 30 de centre de informare ale UE și euro cluburi în cadrul instituțiilor de învățământ, și a bibliotecilor (vezi tabelul nr. 1). Activitatea lor contribuie la diseminarea cunoștințelor cu tematică europeană: politici, instituții, programe comunitare, relații de vecinătate, dar și stimulează interesul cetățenilor pentru relațiile de colaborare dintre UE și Moldova [3].

*Tabel nr. 1:
Lista Centrelor de Informare ale UE create în biblioteci*

Nr. d/r	Denumirea bibliotecii	Localitatea
1	Biblioteca Științifică a Academiei de Studii Economice din Moldova	Chișinău
2	Biblioteca Centrală a Universității de Stat din Moldova	Chișinău

3	Biblioteca Științifică Medicală a Universității de Stat de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițanu”	Chișinău
4	Departamentul Informațional Biblioteconomic, Universitatea Liberă Internațională din Moldova.	Chișinău
5	Biblioteca Științifică a Universității de Stat „Alecă Russo”	Bălți
6	Biblioteca Publică Raională „ÎPS Antonie Plămădeală”	Hîncești
7	Biblioteca Publică Raională „Petre Ștefănuță”	Ialoveni
8	Biblioteca Publică Raională „Alexandru Donici”	Orhei
9	Biblioteca Publică Orășenească Rîșcani	Rîșcani
10	Biblioteca Publică Raională „Mihail Sadoveanu”	Strășeni
11	Biblioteca Publică Raională „Vasile Alecsandri”	Telenești
12	Biblioteca Publică Raională „Andrei Ciurunga”	Cahul

Integrarea europeană nu reprezintă urmarea unei stricte metodologii și proceduri, dar este mai degrabă un proces istoric și social, care ține de adoptarea unor schimbări atitudinale și comportamentale. Cetățenii au rolul de agenți activi ai schimbării și de nivelul de informare sau înțelegere a unor fenomene sociale, depinde de succesul de implementare sau funcționare a acestora. Comunicarea deficitară contribuie la înțelegere defectă, divergențe și refractabilitate. Aceste deficiențe ar putea fi remediate parțial sau total prin derularea de biblioteci a unor campanii eficiente de comunicare publică.

Campaniile de informare, comunicare, advocacy sau de mobilizarea a comunităților, sunt o oportunitate excelentă de a împărtăși idei, opinii, în vederea mobilizării unor comportamente concentrate pe rezolvarea unor stringente probleme sociale, sau chiar pe influențarea comportamentelor individuale. Dar nu doar atât. Campaniile sunt motoare de schimbare socială care conving comunitățile să adopte anumite comportamente sau să renunțe la practici nocive. De regulă, campaniile de promovare sunt conceptualizate în contextul preocupărilor instituționale, a misiunii și viziunii organizației, sau drept componente a unor proiecte mai mari. Campaniile de comunicare publică, indiferent de destinație, contribuie intens la stabilirea relațiilor interactive cu cetățenii, liderii și organizațiile unei comunități. Conceptul de „par-

ticipare civică” stă la baza tradiției democratice, fiind, prin urmare, esențial în derularea campaniilor de comunicare publică.

Aspecte organizaționale și de conținut

Campaniile de bibliotecă, axate pe promovarea valorilor europene, ocupă un loc important în facilitarea cunoașterii și înțelegerii principiilor fundamentale, care stau la baza Uniunii Europene. Această importanță derivă dintr-o serie de aspecte cheie, care acționează sinergic pentru a consolida conexiunile dintre cetățeni și valorile europene esențiale. Astfel de campanii joacă un rol esențial în promovarea unei societăți democratice, tolerante și prospere. Ele contribuie la:

- Informarea publicului:
 - ✓ difuzarea de informații clare și concise despre valorile fundamentale ale Uniunii Europene, precum demnitatea umană, libertatea, democrația, egalitatea, statul de drept și drepturile omului [5];
 - ✓ combaterea dezinformării și a discursului de ură prin oferirea de informații veridice și surse de încredere [4] ;
 - ✓ facilitarea accesului la resurse educaționale și culturale care promovează valorile europene.
- Promovarea dialogului intercultural:
 - ✓ organizarea de evenimente care încurajează interacțiunea și înțelegerea reciprocă între diferite culturi și grupuri sociale;
 - ✓ facilitarea schimbului de experiențe și perspective diverse cu privire la valorile europene;
 - ✓ promovarea respectului pentru diversitate și combaterea prejudecăților și discriminării.
- Dezvoltarea cetățeniei active:
 - ✓ informarea cetățenilor despre drepturile și responsabilitățile lor în calitate de cetățeni europeni;
 - ✓ încurajarea participării cetățenilor la viața socială și politică a comunității;
 - ✓ susținerea inițiativelor civice care promovează valorile europene.
- Consolidarea coeziunii sociale:
 - ✓ promovarea sentimentului de apartenență la Uniunea Europeană și la valorile comune;
 - ✓ încurajarea solidarității și a cooperării între diferite grupuri sociale;

✓ combaterea extremismului și a populismului prin promovarea toleranței și a incluziunii.

Conținutul campaniilor de bibliotecă joacă un rol esențial în facilitarea înțelegerii și conștientizării valorilor europene. Metode și resurse diverse, precum informarea prin difuzarea de informații clare despre valorile fundamentale ale Uniunii Europene, educația prin programe interactive adaptate la diferite categorii de vârstă și promovarea dialogului prin organizarea de dezbateri și forumuri, sunt utilizate pentru a crea un impact semnificativ.

Alături de strategiile de colaborare, planificare și canale de comunicare eficiente, succesul campaniilor depinde în mare măsură de calitatea conținutului. Elementele-cheie ale conținutului în campaniile de bibliotecă orientate către valorile europene, menite să creeze materiale informative, atrăgătoare și eficiente, ce includ:

▪ Claritate și accesibilitate:

✓ informațiile prezentate într-un limbaj simplu și direct, evitând jargonul tehnic sau academic, trebuie să fie clare, concise și ușor de înțeles de către publicul țintă;

✓ se pot utiliza diverse formate de comunicare, adaptate la diferite nevoi și preferințe (texte, imagini, videoclipuri, infografice etc.);

▪ Acuratețe și veridicitate:

✓ informațiile prezentate trebuie să fie verificate și să provină din surse de încredere (instituții europene, organizații non-guvernamentale, experți etc.);

✓ se pot utiliza resurse educaționale interactive pentru a facilita o înțelegere aprofundată a valorilor europene.

▪ Diversitate și incluziune:

✓ conținutul campaniilor trebuie să fie relevant pentru o gamă largă de public, incluzând persoane de diferite vârste, medii sociale și etnii;

✓ este important să se promoveze diversitatea culturală și lingvistică a Uniunii Europene.

▪ Emoție și inspirație:

✓ conținutul campaniilor poate fi îmbogățit cu elemente emoționale și inspiraționale pentru a capta atenția publicului și a genera o conexiune mai profundă cu valorile europene;

✓ se pot utiliza povești personale, exemple concrete și ma-

teriale artistice pentru a ilustra beneficiile și impactul valorilor europene.

Rolul bibliotecilor în promovarea valorilor europene nu se limitează la punerea la dispoziție a resurselor informative, ci presupune și o implicare activă în stimularea participării publicului la diverse campanii și activități. Utilizarea unui spectru larg de metode interactive poate fi extrem de eficientă:

- *Jocuri*: jocurile de societate, online sau de rol, pot fi adaptate pentru a transmite diverse aspecte ale valorilor europene, transformând învățarea într-o experiență captivantă;

- *Concursuri*: organizarea de concursuri de desene, fotografii sau eseuri, stimulează creativitatea și implicarea publicului, oferindu-le o platformă pentru a-și exprima interpretarea personală a valorilor europene;

- *Victorine*: victorinele literare și cele concentrate pe istoria, cultura și obiceiurile popoarelor din Europa, nu doar testează cunoștințele, ci și generează discuții interactive și interesante [2];

- *Ateliere de lucru*: atelierele practice pe teme diverse, precum arta, muzica sau literatura, oferă publicului o experiență de învățare participativă și tangibilă;

- *Dezbateri*: organizarea dezbaterilor pe teme europene actuale încurajează gândirea critică și promovează exprimarea liberă a opiniilor, creând un mediu propice pentru înțelegerea valorilor europene;

- *Lecții publice*: lecțiile publice susținute de experți oferă informații aprofundate și pot provoca interesul publicului pentru diverse domenii ale valorilor europene;

- *Mese rotunde*: mesele rotunde cu invitați din diverse medii facilitează schimbul de opinii și perspective, consolidând înțelegerea și dialogul;

Pentru a crește atracția și interesul publicului, bibliotecile pot adopta tehnici recunoscute și aplicate, precum:

- *Expoziții* tematice de carte pe subiecte europene, acestea facilitând accesul la informații și stimulează curiozitatea publicului;

- *Prezentări de carte* cu autori și experți, care oferă o perspectivă internă și autentică asupra diverselor aspecte ale valorilor europene;

- *Proiecții* de filme europene, care pot ilustra diversitatea culturală și perspectivele existente în Europa;
- *Conferințe* unde sunt invitați experți și personalități marcante pentru a susține comunicări pe teme europene, oferind o platformă de dezbateră și aprofundare a cunoștințelor;
- *Cluburi de carte* care facilitează discuțiile și evaluările critice ale operelor literare europene etc.

Pentru a obține un impact maxim, campaniile de bibliotecă ar trebui să adopte o abordare hibridă, combinând diverse metode. Această sinergie nu doar sporește înțelegerea și asimilarea informațiilor, ci susține și o participare activă a publicului. Este esențial să se ofere publicului posibilitatea de a-și exprima opiniile și de a se implica în proiecte concrete. Combinând inovația metodelor interactive cu valoarea metodelor tradiționale, campaniile de bibliotecă pot crea o platformă atractivă pentru promovarea valorilor europene în rândul publicului larg.

Exemple de teme specifice:

- *Drepturile omului*: Sublinierea importanței respectării drepturilor omului și a principiilor fundamentale ale democrației;
 - *Cetățenia europeană*: Drepturile și responsabilitățile cetățenilor europeni;
 - *Diversitate culturală*: Combaterea discriminării și promovarea respectului pentru diversitatea culturală;
 - *Participare civică*: Evidențierea importanței implicării cetățenilor în viața socială și politică a comunității;
 - *Sustenabilitate și mediu*: Informarea despre importanța protejării mediului și promovarea practicilor sustenabile în comunitate;
 - *Inovație și tehnologie*: Încurajarea adoptării tehnologiilor moderne și a inovației în beneficiul comunității;
 - *Educație incluzivă*: Sprijinirea accesului egal la educație pentru toți membrii comunității, indiferent de statutul socio-economic;
 - *Egalitate de gen*: Promovarea egalității de gen și combaterea discriminării bazate pe gen în toate aspectele vieții;
 - *Economie socială*: Susținerea dezvoltării economiei sociale și a antreprenoriatului în comunitate;
 - *Sănătate mentală*: Conștientizarea importanței sănătății mentale și promovarea resurselor disponibile în acest domeniu.
- Conținutul campaniilor de bibliotecă dedicate valorilor euro-

pene este esențial pentru a atinge obiectivele dorite și a genera un impact pozitiv în rândul publicului. Respectând principiile clarității, acurateței, diversității, interactivității și emoției, bibliotecile pot contribui semnificativ la promovarea unei societăți europene mai democratice, tolerante și prospere.

*Algoritmul organizării campaniilor de comunicare publică
în cadrul bibliotecilor*

Necesitatea conceptualizării unei campanii de comunicare în cadrul bibliotecilor poate avea două fundamente. Primul fundament este legat de promovarea instituțională, a serviciilor și produselor pe care aceasta le dezvoltă, iar cel de-al doilea ține de sensibilizarea utilizatorilor referitor la anumite cauze sau probleme sociale. Organizarea campaniilor în cadrul bibliotecilor poate fi esențială pentru atragerea utilizatorilor și promovarea resurselor disponibile. Tipologia campaniilor de comunicare publică este diversă, pot fi:

- Campanii de conștientizare și sensibilizare;
- Campanii de informare;
- Campanii de educare a publicului;
- Campanii de formare sau schimbare a comportamentelor;
- Campanii de îmbunătățire a reprezentării sau a imaginii;
- Campanii de dezamorsare a unor situații de criză sau a unor raporturi conflictuale;
- Campanii de întrajutorare și creștere a calității relațiilor interumane.

Indiferent de scopul propus, fiecare campanie de informare și comunicare recomandăm de a fi conceptualizată ținându-se cont de următorul algoritm.

Definirea obiectivelor campaniei:

Simplul scop de a atrage atenția mass-media nu e suficient, trebuie să gândim foarte bine de ce am vrea să obținem prin intermediul campaniei. Vizibilitate? Îmbunătățirea imaginii bibliotecii? Răspunsurile la aceste întrebări se recomandă în obiective specifice, măsurabile, relevante și încadrate în timp. În plus, ne ajută să identificăm canalele de comunicare potrivite și mesajele care urmează a le transmite.

Analiza publicului țintă

La acest pas nu este suficientă stabilirea vârstei, ci este necesar de a defini mai multe detalii legate de cei cărora ne adresăm: sex,

ocupație, studii, venit, apartenența la un grup etnic etc. Toate acestea ne vor ajuta să comunicăm cât mai specific mesajele propuse.

Stabilirea mesajului

Mesajul este un concept care rezumă, direcționează și inspiră întreaga campanie. El trebuie cunoscut și înțeles de fiecare membru al echipei. Este complicat de a rezuma o întreagă campanie, o problemă cu cifre și statistici, și soluții complexe într-o frază, dar este un exercițiu esențial. Uneori, trei rânduri de text, pot lua câteva zile de lucru ale echipei.

Începutul mesajului trebuie să atragă atenția, iar sfârșitul trebuie să inspire.

Alegerea platformelor de comunicare

Alegerea canalelor și platformelor de comunicare în cadrul realizării campaniilor este în dependență directă cu grupul țintă identificat astfel luăm în considerare preferințele lor, obiceiurile de utilizare și modul în care anumite platforme facilitează interacțiunea. Unde sunt potențialii beneficiari acolo direcționăm mesajele propuse spre transmitere.

Astfel pentru publicul de copii, utilizăm afișe în instituțiile de învățământ, pentru tineri – Instagram, Pinterest, TikTok, YouTube, pentru alte tipuri de beneficiari – Facebook etc.

Este importantă flexibilitatea și adaptarea la schimbările și preferințele publicului țintă. O combinație a mai multor platforme poate fi eficientă pentru a atinge un public variat și pentru a oferi opțiuni diverse de comunicare a mesajelor propuse.

Crearea calendarului evenimentelor în cadrul campaniei:

O campanie poate fi de scurtă durată (o săptămână, o lună) sau de lungă durată (un an). Un calendar al evenimentelor contribuie la stabilirea unui cadru de timp, a prioritizării activităților planificate, dar și e parte al etapei de monitorizare. În rezultat veți avea un document despre organizarea campaniei, coordonat și pus la dispoziție tuturor responsabililor, care vă va ajuta să prioritizați sarcinile, să alocați și să monitorizați eficient resursele și să evitați suprapunerea unor evenimente.

Colaborarea cu partenerii:

Parteneriatele sunt importante și în organizarea campaniilor inclusiv. Drept parteneri pot fi invitați organizații, persoane care împărtășesc mesajele inițiativei, sau au ca beneficiari același grup țintă. Pentru bibliotecii parteneri pot fi instituțiile de învățământ din localitate, ONG -

urile, grupuri de acțiune locală (GAL), asistența socială, asistența medicală ș.a. La fel parteneriatele susțin participarea comunitară.

Utilizarea tehnologiilor

Pe lângă platformele de socializare utilizate în promovarea mesajelor campaniei recomandăm crearea unui newsletter, care ar oferi vizibilitate continuă asupra evenimentelor realizate în cadrul campaniei.

Raportarea, evaluarea performanței și colectarea feedback-ului

Stabilirea rezultatelor campaniei se realizează în contextul evaluării performanței acesteia. Calcularea indicatorilor planificați, încadrarea activităților în limita bugetului și timpului planificat sunt instrumente de evaluare a succesului campaniei realizate. Colectarea feedback-ului trebuie să succedă cu prelucrarea și analiza sa în scopul îmbunătățirii următoarei inițiative (a vedea Anexa nr.1).

Recomandări pentru Centrele de Informare ale UE, constituite în structura bibliotecilor

Centrele de Informare ale Uniunii Europene și Euro Cluburile au fost create pentru a furniza informații despre Uniunea Europeană (UE) la nivel local, având drept obiectiv consolidarea cunoștințelor cetățenilor cu privire la UE și implicarea acestora în procesul de luare a deciziilor. Centrele de Informare integrate în structura bibliotecilor reprezintă oportunități pentru a simplifica accesul la informații despre UE pentru comunitatea locală. Pe parcursul anului pe site-ul Uniunii Europene pentru Moldova pot fi vizualizate campaniile inițiate care promovează valorile UE, modul de viață european și valorile culturale [1]. Printre campaniile inițiate care le propunem pentru promovare menționăm: *Anul european al competențelor; Ziua Europei; Pactul verde european pentru Moldova; Crearea oportunităților pentru tineri; Produx în Moldova - apreciat în lume; Săptămâna europeană a sportului; Să păstrăm planeta curată.*

Model de conceptualizare a unei campanii de comunicare publică de bibliotecă

Nr. d/r	Componentele campaniei de informare și comunicare	Titlul campaniei: Să păstrăm planeta curată! Recomandări pentru conținutul componentelor campaniei
1.	Definirea obiectivelor campaniei	O1: Informarea și educarea în sensul adoptării unor practici și comportamente sustenabile a membrilor comunității; O2: Reducerea deșeurilor din dealul Bumbăta prin implicarea comunității locale;
2.	Analiza publicului țintă	Publicul țintă a campaniei de comunicare sunt toți membrii comunității. Participanți la campanie vor fi 50 de preadolescenți și adolescenți din localitate și familiile acestora;
3.	Alegerea platformelor de comunicare	Offline: Oficiul Poștal, Oficiul Medical, Instituțiile de Învățământ - plasarea afișelor cu mesajul campaniei; Online: pagina Facebook a bibliotecii, a APL;
4.	Stabilirea mesajului	Uniți pentru un viitor sustenabil!
5.	Crearea calendarului evenimentelor în cadrul campaniei	Martie: 2 lecții publice pentru 50 participanți; 1. O lecție publică „ <i>Reciclarea pe înțelesul copiilor</i> ” 2. O lecție de Ziua Internațională a Pădurilor pe 21 martie „ <i>Importanța pădurii - plămânul verde al planetei</i> ” Aprilie: „ <i>Reducerea deșeurilor din dealul Bumbăta: inițiativă comunitară</i> ”
6.	Colaborarea cu partenerii	APL Ocolul silvic local Oficiul Poștal Oficiul Medical Instituțiile de învățământ din localitate

7. Utilizarea tehnologiilor	Pagina Facebook a bibliotecii Canva Microsoft Office
8. Resurse	Resurse umane Resurse informaționale Resurse financiare
9. Raportarea, evaluarea performanței și colectarea feedback-ului	Indicatori cantitativi: nr. de activități, nr. de participanți, nr. de vizualizări etc.; Indicatori calitativi : Participarea și angajamentul comunității la activități (metode de identificare: observația, realizarea unui focus grup cu membrii comunității)

Referințe bibliografice:

1. CAMPANII desfășurate de Uniunea Europeană pentru Republica Moldova Disponibil: <https://eu4moldova.eu/ro/campaigns/> [accesat 2024-05-02].

2. DMITRIC, Ecaterina. Promovarea valorilor europene în bibliotecile publice din Republica Moldova. Disponibil: <https://www.slideshare.net/rm-biblioteca/promovarea-valorilor-europene-n-bibliotecile-publice-din-rm-dmitric> [accesat 2024-07-02].

3. EU Information Centres and Euro Clubs in the Republic of Moldova. Disponibil: <https://eu4moldova.eu/ro/eu-info-centers/> [accesat 2024-07-02].

4. TINERII Ambasadori Europeni transmit un mesaj puternic și clar de la Budapesta: Spuneți NU urii! Disponibil: <https://www.coe.int/ro/web/chisinau/-/young-european-ambassadors-sending-a-loud-and-clear-message-from-budapest-say-no-to-hatred-> [accesat 2024-07-02].

5. UNIUNEA Europeană: obiective și valori. Disponibil: https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/principles-and-values/aims-and-values_ro [accesat 2024-06-02].