

## COMUNICAREA ÎN SPAȚIUL VIRTUAL

---

### COMMUNICATION IN THE VIRTUAL SPACE

Gherda PALII, Lilia ABABII

**Abstract:** *The article follows the purpose of investigating and elucidates the issues surrounding the creation of a positive image of the library in virtual space. Technology is one of the main factors within the organization. It can be used to improve the image of the Library. To achieve the goals of effective communication through the Internet, library and librarians must comply certain rules of behavior in virtual space.*

**Keywords:** *label, web page, blog, user, email, code of ethics*

Biblioteca activează în contextul a două medii: intern și extern. Factorii din ambele medii afectează în mod egal activitatea acestea ce ține de furnizarea serviciilor informaționale către utilizator. Dacă bibliotecarii nu au o viziune clară asupra acestor medii și asupra impactului pe care îl au asupra activității lor, munca le este în zadar. **Mediul extern** cuprinde condițiile exterioare, în care serviciile informaționale operează. Cele mai multe organizații operează în medii complexe, în schimbare, care în mod continuu creează noi provocări, care trebuie controlate pentru a asigura supraviețuirea și succesul.

Factorii mediului extern:

- resursele financiare disponibile;
- situația geografică;
- gradul de integrare tehnologică și de inovare;
- dezvoltarea istorică și originea serviciului informațional;
- clienții și piețele;
- disponibilitatea celorlalte resurse;
- condițiile cultural sociale.

**Mediul intern** cuprinde factorii din interiorul organizației care îi influențează activitatea, precum:

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

Factorii mediului intern sunt influențați de factorii din mediul extern. Este important ca serviciul informațional să fie performant și să se adapteze la schimbările interne și externe. Înțelegerea mediului extern este fundamentală pentru a beneficia de schimbările tehnologice, pentru a obține resurse și furniza servicii așteptate de utilizatori. Mediul extern este dinamic și este necesar să fie permanent studiat pentru a identifica noile realități și provocări.

Tehnologia este unul din principalii factori din interiorul organizației, care influențează rămânerea în competiție a acesteia. De asemenea, tehnologia poate fi folosită în scopul de a îmbunătăți imaginea Bibliotecii. Potrivit unor studii

din sfera managementului, succesul unei companii este direct proporțional cu imaginea pe care o promovează aceasta. Acest lucru este valabil și în domeniul managementului cultural. O bibliotecă care reușește să își formeze o imagine pozitivă are șansa să atragă un număr mai mare de utilizatori. Biblioteca trebuie să emită permanent semnale către comunitate, să intensifice comunicarea și să mențină atenția utilizatorului. Acest lucru este posibil atunci, când imaginea existentă se îmbogățește cu noi elemente și servicii de bibliotecă.

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

Obiectivele principale ale unei comunicări prin intermediul acestor instrumente sunt:

- să fim receptați (văzuți, auziți sau citiți);
- să fim înțeleși (mesajul nostru să fie decodificat);
- să fim acceptați (mesajul să nu fie respins);
- să provocăm o reacție (o schimbare de percepție, de interpretare, de atitudine sau de comportament).

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

Viitorul bibliotecii depinde foarte mult de imaginea pe care aceasta o are în comunitatea care o deservește. Imaginea pozitivă a bibliotecii este vitală pentru supraviețuirea ei, pentru relevanța pe care o are în societate. Cum vor rezista provocărilor impuse de dezvoltarea tehnologiei și cum vor arăta în spațiu virtual depinde doar de noi bibliotecarii.

Biblioteca Științifică USARB este prezentă în spațiul virtual prin pagina web a Bibliotecii <http://libruniv.usarb.md/>, două blog-uri: **Bibliotecarii USARB: Profesional** <http://bsusarbprofesional.blogspot.md/>, **Biblioteca Științifică a universității de Stat „Alecu Russo” în dialog cu cititorii** <http://bs-usarb.blogspot.md/> și numeroase conturi deschise în rețele sociale (Facebook, Twitter, Google+, Ok). Aceste instrumente reprezintă un spațiu important de comunicare și informare a utilizatorilor. Pentru a reuși să ne consolidăm o imagine pozitivă în spațiu virtual este nevoie să ne conformăm acestor reguli astfel vom putea realiza obiectivele principale ale unei comunicări eficiente prin intermediul internetului.

## ETICHETA PENTRU PAGINA WEB/BLOG (Pentru proprietarii de site-uri)

### PERCEPȚIE

Respectați regulile de lizibilitate a textului pe site.

Folosiți o gamă coloristică calmă.

Nu folosiți text clipitor.

Folosirea muzicii de fundal (mid) pe site este considerată un *mauvais ton*.

Nu utilizați ferestre pop-up. Acestea irită utilizatorii și des sunt blocate de

antivirus, browsere și alte instrumente speciale.

Nu plasați imagini de volum mare pe site. Nu încărcați paginile cu imagini.

**DATE DE CONTACT.** Ca proprietar al unui site, este recomandat să puneți în loc vizibil pe site-ul dumneavoastră datele de contact (telefon sau email), astfel încât utilizatorii, care folosesc serviciile site-ului sau simplii vizitatori să vă poată semnala disfuncționalitățile site-ului, sugestiile lor sau propuneri.

**ABONARE LA NEWSLETTER.** Dacă site-ul dumneavoastră conține un serviciu de abonare la newsletter, asigurați-vă ca abonații se pot dezabona în orice moment vor dori. Nu folosiți adresele de e-mail pentru a transmite alte informații, decât cele care au fost solicitate și specificate inițial. De asemenea, nu furnizați lista cu adrese de e-mail unor terțe părți contra cost sau gratuit pentru a înlesni trimiterea de mesaje nesolicitate.

**TRAFIC.** Este necesar să creați conținut în mod constant și de calitate pentru a menține un trafic ridicat. Astfel, veți avea oportunitatea ca utilizatorii pe care i-ați câștigat să vă recomande și altora și traficul să crească în mod firesc.

**RESPECTAȚI-VĂ UTILIZATORII.** Nu folosiți un limbaj neadecvat, care incită la discriminări de orice fel, insultă sau calomniază persoane.

**CONFIDENȚIALITATEA DATELOR.** Dacă site-ul dumneavoastră oferă servicii către utilizatori, iar accesarea lor se face prin date de logare (username și parola), asigurați-vă că atât datele de conectare ale utilizatorilor cât și alte date personale ale acestora nu vor fi expuse în mod public pe site-ul dumneavoastră. Este recomandat ca politica de confidențialitate a datelor de pe site-ul dumneavoastră să specifice în mod clar ce date din profilul utilizatorilor vor fi făcute publice în cadrul site-ului.

#### **(Pentru utilizatori de site-uri)**

**CITIȚI TERMENII ȘI CONDIȚIILE.** Înainte de a folosi serviciile unui site, asigurați-vă că sunteți de acord cu termenii și condițiile de înscriere sau de utilizare a acestuia. Respectați regulile de utilizare pentru ca să puteți beneficia de ele fără să suferiți diverse consecințe (interzicerea accesului, dezabonare, etc.)

**FIȚI UN UTILIZATOR ACTIV.** Ca utilizator al unui site, este evident, că doriți să vă bucurați de toate facilitățile pe care acesta le oferă. Din nefericire, nu toți utilizatorii site-ului sunt bine intenționați și uneori pot apărea disfuncționalități, care să vă afecteze direct sau indirect și pe dumneavoastră. Este recomandat să contactați administratorul site-ului, semnalând problema cu care vă confrunțați, iar dacă aceasta ține de securitatea datelor dumneavoastră sau ale altor utilizatori, să folosiți formularul de contact al site-ului pentru a raporta urgent neregulile observate.

**PUBLICAREA MATERIALELOR.** Dacă site-ul pe care îl utilizați permite utilizatorilor săi să publice materiale și doriți să faceți acest lucru, este recomandat să vă asigurați că materialele pe care le veți publica nu contravin termenilor și condițiilor site-ului (chestiuni legate de drepturile de autor, formate și dimensiuni acceptate, etc.), nu conțin materiale interzise minorilor, nu incită la

discriminări de orice fel, insultă sau calomniază alte persoane.

### **ETICHETA PENTRU REȚELE SOCIALE (Pentru toate rețelele sociale)**

- Creați postări de mai multe ori pe zi, dar faceți intervale de timp de câteva ore între ele. Cercetările demonstrează că flood – este unul din principalele motive pentru dezabonare și părăsirea grupului.
- Răspundeți la toate comentariile, cât mai repede posibil. Numeroase studii arată, că 53% dintre cei care lasă comentarii, așteaptă să primească un răspuns în termen de 60 de minute.
- Învățați arta hashtag-urilor. 1 hashtag - este normal, 10 – prea mult. Cel mai optimal ar fi de la 1 la 3 hashtag-urilor pentru un post. Acest lucru poate fi o modalitate foarte bună de a-ți promova serviciile.
- Întotdeauna urmați regula 80/20. În primul rând, distrați și informați publicul, și apoi „vindeți” marfa/serviciile. Este o regulă clasică pentru a crea o reputație de brand.
- Utilizați persoana întâia plural, atunci, când vorbiți despre compania dvs. (noi, nostru). Acest lucru are un efect pozitiv asupra atitudinii publicului și crește loialitatea.
- Nu postați fotografiile clienților sau angajaților instituției fără permisiunea acestora. Riscați să vă confrunțați cu o acțiune civilă de încălcare a dreptului la viața privată.
- Rata autorizată de selfie postate consecutiv – 3.
- Dacă faceți repost de istorii triste, cel puțin verificați autenticitatea lor.
- Evitați overquoting.
- Limitați numărul de mesaje automate. Nu există, probabil, nimic mai enervant, decât anunțurile că cineva din prieteni a atins un nou nivel în joc, că are nevoie de ajutor, invitându-vă să deveniți fermier sau constructor.

#### **Twitter**

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

#### **Facebook**

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

### Google+

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

### ETICHETA PENTRU E-MAIL

- **E-mail este o scrisoare** și are nevoie de introducere, cuprins și încheiere.
- **Răspundeți mereu e-mailurilor.** Este nepolitic să lăsați să aștepte răspunsul sau să îi ignorați total.
- **Folosiți subiecte în mesaje.** Atunci când trimiteți un mesaj, asigurați-vă că a-ți indicat subiectul ce descrie cu acuratețe conținutul mesajului.
- **Semnați mesajele.** Chiar dacă adresa Dvs de e-mail apare destinatarului, acest lucru nu permite identificarea Dvs de către o persoană necunoscută. De aceea, este recomandat ca la sfârșitul mesajului să notați numele dumneavoastră, instituția și poziția pe care o dețineți în cazul mesajelor trimise către utilizatori sau parteneri.
- **Format.** Țineți minte de lizibilitate. Nu decorați mesajul dvs. cu fonturi exotice și elemente de design. Mai ales, dacă nu știți unde și cum destinatarul îl va citi. Nu veți greși, dacă trimiteți un mesaj în format „text simplu” (plain text), în locul mesaj în format HTML.
- **Nu scrieți mesaje cu caps.** Acest lucru este echivalent cu a striga și mesajul este dificil de citit.
- **Folosiți abrevieri.** Pentru a scurta mesajele pe care le trimiteți, folosiți abrevieri uzuale. Multor persoane, care folosesc internetul nu le place să citească texte lungi. Cu toate acestea, este recomandat folosirea cu moderație a iconițe expresive sau a acronimelor.
- **Nu folosiți emodjis.** Nu este recomandat să folosiți smileys/emodjis în corespondență de afaceri.
- **Răspunsul – sus.** Citați mesajul original, dar în cantități rezonabile. Scrieți răspuns la scrisoare de la bun început, nu după mesajul citat. În cazul corespondenței de afaceri, păstrați istoricul mesajelor în partea de jos a scrisorii (adică, scrisoarea precedentă citată în întregime).
- **Expdierea fișierelor.** Fiți atenți atunci când trimiteți fișiere prin e-mail. Nu atașați la scrisori fișiere de mari dimensiuni, se recomandă plasarea acestora pe site-uri speciale de stocare și în scrisoarea dați linkul la dosar. Dacă este posibil, arhivați fișierele transmise.
- **Nu trimiteți mesaje nesolicitate.** Dacă veți trimite un mesaj nesolicitat, riscați că adresa Dvs de e-mail să fie marcată ca spam și astfel să nu mai puteți folosi adresa respectivă.

Rolul instituțiilor și profesioniștilor din domeniul informației, inclusiv bibliotecile și bibliotecarii, în societatea modernă este de a sprijini și promova o astfel de comunicare, care să respecte proprietatea și libertatea intelectuală,

dreptul la intimitate al utilizatorilor să lupte împotriva tuturor formelor de cenzură, astfel dând dovadă de profesionalismul și responsabilitatea socială.

### GLOSSAR

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

**Flood** - mesaje non-tematice în forumuri on-line și camere de chat, care ocupă adesea un volum mare.

**Smileys/emodjis** - iconițe care exprimă stări sufletești.

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

**Followers** - sunt cei care te „urmăresc” și vor să vadă toate postările tale în rețele sociale.

**Following** - sunt cei pe care îi „urmărești” tu și ești interesat să le vezi postările.

**Overquoting** - excesul de citări în text, forum, e-mail, newsgroup.

### Referințe bibliografice:

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