



Biblioteca Municipală B.P. HASDEU

**Biblioteca  
interactivă**

111

*Forme și metode  
de animație*

**Lidia  
KULIKOVSKI**

---

BIBLIOTECA INTERACTIVĂ

---

111 FORME ȘI METODE DE ANIMAȚIE

---

## COLECȚIA DE BUZUNAR

---



Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu” lansează *Colecția de buzunar*. Colecția va include lucrările care vin în ajutor bibliotecarilor la procesele de inovare a activității. *Vademecum*, ghid, suport sau note de curs, tutorial, metodologie, auxiliu reflectă diversitatea tipurilor de publicații care vor fi reunite sub umbrela *Colecției de buzunar*. Sunt forme scurte de lucrări profesionale pe care le poți purta în poșetă sau buzunar ca să fie mereu aproape pentru a le consulta în diverse împrejurări.

Pentru o sistematizare a aparițiilor editoriale, Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu” a constituit și alte colecții prin care se vor pune la dispoziție elaborări, sinteze, descoperiri inteligente și esențiale pentru bibliotecari. Din 2019, acestea vor vedea lumina tiparului exclusiv în colecții, precum: *Bibliographica*, *Chișinăuiana*, *BiblioEseu*, *Exegeze literare*, *Antologii*.

Biblioteca Municipală B.P. HASDEU



*calea ta spre cunoaștere!*

LIDIA KULIKOVSKI

---

## **BIBLIOTECA INTERACTIVĂ**

---

*111 FORME ȘI METODE DE ANIMAȚIE*

Chișinău • 2021

**CZU 027.52(036)**

**K 91**

Aprobat de Consiliul științific și editorial al  
Bibliotecii Municipale „B.P. Hasdeu”. Proces-verbal  
nr. 1 din 20 mai 2021

**Ediție coordonată de dr. Mariana Harjevschi**

**Redactor de specialitate: Genoveva Scobioală**

**Redactor: dr. hab. Elena Ungureanu**

**Copertă: Valeriu Herța**

**Tehnoredactare: Ion Vârlan**

**Tipografia: SC Garomont Studio SRL,**

**Str. Alba Iulia, 75. Tel.: 076706887; 022 508 616**

**e-mail: garomont@promovare.md,**

**garomont\_print@promovare.md**

**DESCRIEREA CIP A CAMEREI NAȚIONALE A CĂRȚII DIN REPUBLICA MOLDOVA**

**Kulikovski, Lidia.**

Biblioteca interactivă : 111 forme și metode de animație / Lidia Kulikovski ; ediție coordonată de Mariana Harjevschi ; redactor de specialitate: Genoveva Scobioală ; Biblioteca Municipală "B. P. Hasdeu". - Chișinău : S. n., 2021 (Garomont Studio SRL). - 321 p. - (Colecția de buzunar, ISBN 978-9975-3451-3-2).

Referințe bibliogr.: p. 317-321 (32 tit.). - Ind. de forme și metode de animație : p. 301-304. - 100 ex.

ISBN 978-9975-3479-8-3.

027.52(036)

K 91

Prezenta lucrare este pusă la dispoziție prin Licența  
Atribuire – Necomercial – Distribuie în Condiții Identice  
4.0 Internațional (CC BY-NC-SA 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.ro>



DOI: 10.5281/zenodo.5158494 (PDF)

© Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu”, 2021

© Lidia Kulikovski, 2021

---

## ABREVIERI

---

- ABRM – Asociația Bibliotecarilor din Republica Moldova
- AȘM – Academia de Științe a Moldovei
- BB – Brown bag
- BC – Biblioteca Centrală
- BM – Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu”
- BNRM – Biblioteca Națională a Republicii Moldova
- BPD – Biblioteca Publică de Drept
- CAIE – Centrul Academic Internațional Eminescu
- CC – Chișinăul citește
- CNEPB – Centrul Național de Excelență Profesională pentru Bibliotecari
- EV – Expoziție vie
- IFLA – International Federation of Library Associations
- LEN – Laboratorul Educației Nonformale
- PM – Puzzle Maraton
- PV – Provocarea verii
- RB – Revistă bibliografică
- SCI – Săptămâna Creativității și Inovației
- SNB – Sistemul Național de Biblioteci
- SȘ – Săptămâna Științei
- TF – Teatru Forum
- TL – Teatru Labirint
- UTM – Universitatea Tehnică din Moldova
- ZB – Ziua bibliografiei
- ZEN – Zilele Educației Nonformale
- ZI – Ziua de informare
- ZiBi – Zilele bibliotecii



---

## CUPRINS

---

### PREFAȚĂ

Evoluția transformățională a animației culturale în bibliotecă publică ( <i>Mariana HARJEVSCHI</i> ) . . . . .	9
<i>Cuvânt către cititor</i> . . . . .	12

### INTRODUCERE

Vechi și nou în animația cu publicul. . . . .	18
---	----

### CAPITOLUL I

Animația de comunicare a științei. . . . .	35
--	----

### CAPITOLUL II

Animația literară și a lecturii . . . . .	100
---	-----

### CAPITOLUL III

Animația cognitiv-creativă. . . . .	149
-------------------------------------	-----

### CAPITOLUL IV

Animația de educare a culturii informației . .	195
--	-----

### CAPITOLUL V

Activitatea expozițională. . . . .	216
------------------------------------	-----

### CAPITOLUL VI

Animația campaniilor de promovare . . . . .	229
---	-----

### CAPITOLUL VII

Metode de animație nonformală . . . . .	242
<i>Acord final</i> . . . . .	295
<i>Mulțumiri</i> . . . . .	299
<i>Index de forme și metode de animație</i> . . . . .	301
<i>Listă de competențe</i> . . . . .	305
<i>Referințe bibliografice</i> . . . . .	317





## PREFAȚĂ

# EVOLUȚIA TRANSFORMAȚIONALĂ A ANIMAȚIEI CULTURALE ÎN BIBLIOTECA PUBLICĂ

Astronomii au calculat că universul s-a format în urma unei explozii uriașe numită Big Bang. Probabil această explicație, că universul s-a extins de la o singularitate primordială fierbinte și densă, se poate asocia cu demersul Bibliotecii Municipale „B.P. Hasdeu” de a expune pe înțelesul tuturor formele de animație culturală și educațională în bibliotecă, uneori neclară la început, dar care a prins contur ca urmare a discuțiilor, a experiențelor, a cercetărilor.

Cartea, ce tocmai vă porniți să o citiți, reprezintă acea teorie de Big Bang, dar în sens biblioteconomic, din perspectiva explicației noționale sau conceptuale ale serviciilor. Este cert, această carte va învinga orice bibliotecar, va resuscita orice bibliotecă pentru că nu veți găsi altele care tratează animația în bibliotecile publice. Așa cum ne anunță autoarea, dr. Lidia Kulikovski, noutatea și originalitatea rezultă în sistematizarea formelor și metodelor interactive cu publicul, în unificarea limbajului profesional, dar și metodologa de organizare și desfășurare. Experiența distinsei cercetătoare, implicarea în miezul diverselor activități, de la testare la aplicare, a asigurat exclusivitate în explorarea de pionierat a acestui subiect, oferind o abordare științifică, dar și praxiologică.

Neîndoielnic, această carte era imperios necesară pentru întreg sistemul de biblioteci publice din țară, dar și cu precădere pentru Biblioteca Municipală

„B.P. Hasdeu”. Multiple discuții cu referire la forma de organizare a evenimentelor mereu rămâneau fără soluții, numeroase dezbateri continuau fără a produce rezultate. Diversitatea și evoluția transformățională a animației de comunicare a științei sau a lecturii, amploarea animației cognitiv-creativă, varietatea animației de educare a culturii informației ori amplitudinea animației de promovare și a celei non-formale impuneau bibliotecii mai multă claritate. De aici și explozia Big Bang, care a adus deslușirea și transparența formelor și metodelor de animație în bibliotecile, de azi, interactive.

Cu siguranță, evoluția domeniului biblioteconomic, aplicarea noilor forme și metode de animație în biblioteci, sugerau concretizarea, explicarea acestora. De aceea pentru a facilita livrarea animației cu publicul la bibliotecă, dar și asimilarea noțională a conținutului acestor animații, era iminentă și indispensabilă realizarea unei cercetări de anvergură, precum și materializarea acesteia într-o publicație. Apreciez tenacitatea autoarei de a oferi rețeta formelor și metodelor, apelând la propriile instrumente, ignorând descrierile abstracte ale acestora, dar și bucuria de a împărtăși propria experiență pe fiecare pagină.

Autoarea reușește prin formatul aplicat, marca Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu”, să stimuleze și incite creativitatea bibliotecarilor, să adapteze animația la modernitate, să contribuie la dezvoltarea unei culturi de aplicare a noilor forme și metode interactive, apelând la reperele noționale, dar și la cele organizatorice.

Garantat, această carte va schimba viziunea, dar și calitatea organizării animației în cadrul bibliotecilor. Este un material dinamic, util, inspirațional și cel mai important – constituie o provocare și un imbold la acțiune!

*dr. Mariana Harjevschi,  
director general,  
Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu”*

---

## CUVÂNT CĂTRE CITITOR

---

Biblioteca Municipală a încercat de mai multe ori să sistematizeze formele și metodele de activități cu publicul, să unifice limbajul animației, să stabilească metodologia de organizare și desfășurare.

Anul trecut am revenit la idee, am readus-o în planul de editare și am cercetat, am lucrat cu sursele identificate, am discutat cu bibliotecarii. Când a căpătat o formă, departe de a fi una finală, am ajuns la alt concept, cu un alt scop, cu un alt titlu – *Biblioteca interactivă. 111 forme și metode de animație*.

Prezentul volum constituie o sinteză a experienței angajaților Bibliotecii Municipale „B.P. Hasdeu” acumulată în procesul de adaptare la lumea modernă, curioasă și dornică să învețe, a organizării și a desfășurării diferitor servicii, programe, evenimente științifice, culturale, literare și sociale.

Reperete metodologice ale organizării animațiilor științifice, culturale, sociale și educaționale propuse în această lucrare sunt în conformitate cu cerințele și criteriile comune ale activității cu publicul, consemnate în Manifestul UNESCO:

- autodezvoltarea; dezvoltarea creativității personale;
- stimularea imaginației și creativității copiilor și tinerilor;
- valorificarea și promovarea moștenirii culturale și artistice, a realizărilor științifice și a inovațiilor;

- oferirea posibilității de exprimare culturală în cele mai diferite genuri ale artelor;
- încurajarea dialogurilor interculturale și susținerea diversității culturale;
- asigurarea accesului cetățenilor la toate tipurile de informație comunitară;
- motivarea copiilor, elevilor și studenților de a frecventa biblioteca.

UNESCO, recunoscând biblioteca publică ca forță vie pentru educație, cultură, informare, cu rol de agent comunitar esențial în încurajarea dezvoltării bunăstării culturale și spirituale, recomandă animația cu publicul ca o formă de socializare a unui număr cât mai mare de utilizatori. Volumul se vrea un set de instrumente acumulate, reinventate, cizelate în experiența de formare pentru formatori, facilitatori, moderatori, ludotecari, vorbitori publici, inovatori, animatori de activități pentru persoane cu deficiențe senzoriale și locomotorii, persoane dezavantajate; de implementare a metodelor nonformale și de animație în activitatea bibliotecii publice, care să ajute la realizarea rolurilor mereu schimbătoare ale instituției.

În domeniul biblioteconomic apar tot mai multe metode de animație cu publicul și tot mai multe instituții comunitare, culturale, educaționale, bibliotecare le practică. Sunt zeci de ghiduri tematice de animație pentru copii, adolescenți, adulți, alolingvi, persoane cu nevoi speciale etc., care lansează (elaborează/descoperă) noi și noi metode. Acestea circulă din domeniu în domeniu, din categorie în categorie de public, din instituție în

instituție și fiecare le pliază pe necesitățile grupurilor cu care lucrează; le adaptează la problemele comunitare, le ajustează la prioritățile instituționale, le transformă conform angajamentelor civice sau le aplică la realizarea Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă.

Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu” a fost întotdeauna deschizătoare de drumuri, orientată spre nou, spre inovație, împrumutând sau inventând forme de animație cu publicul, implementând metode novatoare de dezvoltare profesională și de relaționare cu utilizatorii, adunând un portofoliu bogat de modele, tehnici, tactici. În timp, aceste metode s-au încetățenit adânc în cultura animației BM. Fiecare structură, filială, secție a mai adăugat ceva, a schimbat ceva, le-a replicat („Târgoviște”, „I. Mangher”, „Transilvania”, „A. Mickiewicz”, „L. Ukrainka”, Secția „Memoria Chișinăului”, Secția studii și cercetări, Secția tehnologii informaționale, „M. Lomonosov”, CAIE, „L. Rebreanu”, „N. Titulescu”, „Ovidius”), a născocit altele noi dacă nu erau conforme viziunii lor (Secția studii și cercetări, „A. Mickiewicz”, „Transilvania”, „Târgoviște”, CNEPB ș.a.). BM le-a aplicat în animația cu publicul chișinăuian și le-a împărtășit comunității profesionale, devenind, astfel, o instituție interactivă. În orice demers profesional sau formativ, educațional sau de recreere creativă, ea caută să răspundă calitativ, inovativ nevoilor personale și de grup, nevoilor cu un caracter specific prin oferte captivante, susținătoare și formatoare de noi abilități și competențe.

Prezenta lucrare oferă:

- succintă evoluție a noțiunii de animație în context larg și o primă abordare a animației în contextul domeniului biblioteconomic autohton;
- o primă sistematizare, într-un volum, a formelor de animație cu publicul în domeniul biblioteconomic, inclusiv la BM;
- descrierea metodologiei de aplicare a formelor așa cum le-am inventat, testat și utilizat la BM (poate fi diferită de metodologia de organizare și desfășurare din alte instituții formative, din alte biblioteci, chiar din unele filiale ale BM);
- exemple concrete, marca Hasdeu, pentru a înțelege cum sunt organizate și desfășurate metodele noastre de animație.

Prin această publicație bibliotecarii responsabili de organizarea activităților de comunicare culturală, științifică, informațională vor cunoaște metodologia desfășurării animațiilor cu publicul, a programelor permanente de educare a lecturii practicate la BM „B.P. Hasdeu”, cu recomandări de reinventare a unor practici vechi sau de implementare a formelor noi, inovative din alte domenii.

Conținutul este expus și structurat în capitole tematice: *Animația de comunicare a științei, Animația literară și a lecturii, Animația cognitiv-creativă, Animația de educare a culturii informației, Animația campaniilor de promovare, Metode de animație non-formală, Activitatea expozițională.*

Pentru a facilita asimilarea conținutului, am utilizat o structură unică de prezentare a materialului: definiție-noțiune, descrierea formei de animație



(în cazul celor noi sau a celor tradiționale reinventate), scopul și obiectivele de realizare, reperatele de organizare și desfășurare, competențele obținute de participanți. La unele forme și metode de animație oferim note și recomandări, exemple, modele de scenarii de desfășurare, programe, deraind de la structura general acceptată a unui instrument metodologic, dar o facem în beneficiul bibliotecarilor/organizatorilor/moderatorilor. În unele cazuri însă nu oferim prezentări detaliate pentru că sunt foarte cunoscute în rândul bibliotecarilor. Lucrarea mai oferă un index alfabetic de forme și metode de animație, un index alfabetic de competențe, o listă de referințe bibliografice.

Experiența acumulată și materializată în prezentul conținut constituie un suport pentru inițierea bibliotecarilor debutanți, oferă reperate metodologice în desfășurarea animației cu publicul, delimitări conceptuale în cazul în care bibliotecile, bibliotecarii nu utilizează corect metodologia. Cartea recomandă căi de revigorare a formelor tradiționale și încurajează utilizarea animației inovative, care este bazată pe tehnologie, metode nonformale, dar și a celor vechi, testate în timp, fiind, desigur, remodelate, acordate la exigențele publicului de azi.

Volumul va servi tuturor bibliotecarilor – experimentați sau inovatori, rezilienți sau reticenți – cel puțin ca lectură profesională, într-un stil original de tratare și într-o nouă abordare a subiectului. Unii își vor actualiza cunoștințele, alții vor afla lucruri noi despre metodologia organizării animației cu publicul și despre noile metode de animație. Și unii, și

alții vor învăța limbajul animației și, sperăm, îl vor folosi corect în articolele pe care le scriu, în planuri, rapoarte, pe rețele sociale și în interacțiunea cu utilizatorii și colegii. Poate servi oricui este interesat de subiectul animației cu publicul la bibliotecă. Sperăm că acest volum va contribui și la încetățenirea termenului *animație* în limbajul nostru profesional.

---

## INTRODUCERE

---

### VECHI ȘI NOU ÎN ANIMAȚIA CU PUBLICUL

---

Lucrarea abordează formele și metodele fundamentale biblioteconomice de interacțiune cu publicul ca valori ale domeniului, punctând nedeclarat un traseu istoric (nu în fiecare caz) de înțelegere a proceselor de devenire a breslei și de evoluție a animației cu publicul.

În era digitală, multe forme și metode din experiența acumulată de biblioteci în interrelația cu publicul au rămas viabile. Unele însă, solide și eficiente cândva, au fost uitate. Lumea nouă a inventat multe metode actuale, atractive, croite pe cerințele noilor generații de utilizatori. Formele și metodele moderne nu întotdeauna au fost agreate de bibliotecari, ani la rând resimțindu-se o reticență vădită, colectivă față de ele, fiind considerate străine domeniului bibliotecar. Societatea însă evoluează și odată cu ea și instituția bibliotecară, rațiunea căreia de a exista este utilizatorul, și dacă el e produs digital, biblioteca milenară, „sacră” (în viziunea bibliotecarilor), trebuie să intre în *hora* lui, rămânând, în continuare, casa înțelepciunii din vremurilor noastre.

Domeniul biblioteconomic avea practici simple, clare, eficiente, sacre, imuabile de secole (cum ar zice acad. Mihai Cimpoi, inamovibile). Sau să-l cităm pe V.I. Lenin (să ne fie iertat acest obicei mai vechi de

a-l tot invoca) cu privire la schimbări: „Dispar unele lucruri care păreau până acum absolute, imuabile, primordiale... și care apar acum ca fiind relative și inerente”.<sup>1</sup> Astăzi societatea biblioteconomică modernă a adăugat la acele practici elemente ludice, vizuale, audio, experiențiale, tehnologice, adaptându-le lumii noi, în schimbare.

Recunoaștem că domeniul biblioteconomic era unul mai rigid în reacțiile sale la necesitățile oamenilor, pentru că multe decenii, putem afirma chiar un secol dacă semnalăm anul 1917 (Revoluția bolșevică), de când Lenin a pus biblioteca în slujba partidului și a proletariatului și nu ți se cerea decât să urmezi indicațiile și să realizezi Rezoluțiile Congreselor PCUS (Partidul Comunist al Uniunii Sovietice). Biblioteca era instituție politică și instrument ideologic al partidului comunist. Această abordare a fost impusă cu succes în întreg blocul socialist (Pactul de la Varșovia). Eticheta și rolul au durat 73 de ani. În această perioadă s-a inculcat, atât în mentalul colectiv, cât și în cel profesional (al multor generații de bibliotecari), decenii la rând încă transmițându-se inconștient tuturor noilor bibliotecari care veneau să muncească în astfel de instituții.

Specialiștii teoreticieni au sesizat distanțarea de necesitățile utilizatorului, tratat doar ca cititor – nu era cercetat aspectul nevoii de a citi, era clar – *pentru informația politică de luni*; bibliotecarii nu se întrebau ce necesități mai satisface lectura, decât cea formativă. Situația a fost remarcată de Brigitte Richter în anii '70 ai secolului trecut, în manualul său de

<sup>1</sup> Lenin V.I. *Opere complete*, vol. XIV, p. 254.

biblioteconomie. Ne îndemna să includem mai multă animație la semnalarea problemei privind faptul că utilizatorul se rărește, iar cartea e tot mai puțin solicitată: „Avem nevoie de o revizuire periodică a metodelor de apropiere a publicului de bibliotecă” [26, p. 235]. Brigitte Richter recomandă, delimitându-le, două categorii de metode de apropiere a publicului.

Prima categorie se referă la cele tradiționale care, în viziunea cercetătoarei, „țintește o mai bună informare a publicului despre existența bibliotecii, serviciile, colecțiile ei și maniera de utilizare”.

Cele noi, originale, deși nu le numește, le-a inclus în a doua categorie: „Există și altele mai originale: înglobate sub termenul de *animație*, care plasează biblioteca în chiar inima vieții culturale locale, în care cartea este uneori tema privilegiată a unui eveniment sau activități, iar câteodată – un element integral sau de legătură într-un ansamblu de preocupări culturale” [26, p. 235]. Pentru prima dată în literatura teoretică de biblioteconomie apare termenul de animație.

În atragerea nonpublicului, „acea parte importantă a publicului potențial care nu folosește biblioteca pentru că o ignoră sau are despre ea o imagine falsă”, nu mai putem folosi metode tradiționale – nu prind! Brigitte Richter afirmă că „mijloacele tradiționale rămân aici fără efect”. Aici merge doar animația. „Activitățile de animație au o dublă funcție: (1) să familiarizeze cititorul cu o mare varietate de resurse; (2) să aducă biblioteca spre nonpublic pentru a-i desacraliza accesul și rolul” [26, p. 236].

De ce nu a numit formele noi? Ne explică: „Aceste activități se sprijină pe tehnici multiple care nu pot fi definite prin norme teoretice, pentru că ele trebuie să se adapteze fără încetare la personalitatea animatorului și la marea varietate a publicului care trebuie sensibilizat; scopul lor e ca publicul să-și cultive spiritul critic pentru a-și asuma în deplină cunoștință viața cotidiană. Animația pentru public trebuie să aibă un rol provocator!” [26, p. 236].

A ținut foarte bine cu aproape 50 de ani înainte! E timpul ca biblioteca publică să devină interactivă, prin intermediul animației provocatoare, pentru că acest spațiu este astăzi un hub comunitar și este „responsabil” de educația interculturală, multiculturală, mediatică, tehnologică, STEAM, civică și multe altele pe lângă educația pentru cultură, lectură și divertisment. Toate acestea nu se mai pot realiza doar cu metode și forme tradiționale ale domeniului biblioteconomic de activități cu publicul. Nu se mai pot realiza prin aceleași metode, pentru că utilizatorii noștri, fiind din alte generații, le consideră plictisitoare. Avea dreptate Brigitte Richter spunând că „biblioteconomia este un domeniu de activitate în care există, uneori, tradiții foarte vechi. Iar absența lucrărilor teoretice în biblioteconomie referitor la metodele general admise i-a silit vreme îndelungată pe bibliotecari să recurgă la soluții empirice, adaptate adeseori condițiilor locale, deci cu atât mai dificil de generalizat” [26, p. 7].

Trăim vremuri când dispar granițele dintre domenii, acum ideile, modelele circulă liber dintr-un domeniu în altul. Bibliotecile împrumută forme și

metode de activitate din domeniile: pedagogic, economic, tehnologic, științific, artistic, al serviciilor ș.a. Lumea noastră este formată din cifre de zero și unu și cea mai mare parte a vieții noastre pare a fi derulată pe ecrane; o lume care a dat la schimb profunzimea pe viteză, pentru care nu contează conținutul, ci cromatică, forma prezentării, preferințele inconștiente ale sistemului vizual. „Epoca digitală a amplificat importanța preferințelor noastre vizuale. Dacă nu iei în calcul aceste obiceiuri perceptuale, pierzi o ocazie importantă de a amplifica impactul informației pe care o prezinți. La urma urmei, este posibil să îi faci să se uite, dar este mult mai bine să fii acolo unde ei se uită deja”, ne recomandă Shlomo Benartzi [2, p. 99].

Revoluțiile tehnologice ne oferă oportunități de a revizui la nivel fundamental felul în care gândim și muncim. Tehnologia ne ajută să oferim cât mai multe soluții pentru cât mai mulți oameni într-un timp cât mai scurt – or, acesta-i acum rolul bibliotecii publice – să oferim prompt răspuns la necesitățile cetățenilor și să găsim soluții la problemele care-i frământă. Respectăm, păstrăm tradiția și adoptăm orice formă de animație cu publicul care ne ajută să ne onorăm cu cinste rolurile noi.

Actuala epocă sugerează un viitor care ar putea fi plauzibil pentru bibliotecă ca cea de-a cincea ramură a puterii. Mass-media se definește ca fiind cea de-a patra putere a statului, deoarece reprezentanții ei se văd controlând cele trei puteri principale ale statului. Dar mass-media are o problemă: nu e privată ca fiind credibilă în totalitate și uneori este foarte

apropiată de sistemul politic. La nivel global, ideea vine de la bibliotecile din țările nordice, cele mai moderne, care caută să înțeleagă cum să acționeze pentru a rămâne în această lume competitivă. Ei justifică glisarea noului rol în felul următor: ceea ce reprezintă bibliotecile sunt oamenii, oameni obișnuiți în număr mare. În acest fel, biblioteca poate stabili o nouă modalitate de control. Bibliotecile oferă ceea ce oamenii au nevoie, o gamă largă de servicii, informații și ajutor în facilitarea accesului la aceste informații. Bibliotecile pot deveni „inflenceri”.

Deci, din această perspectivă, suntem a cincea putere în stat, dacă învățăm a relaționa. BM a încercat să învețe relaționarea la NEconferința „Biblioteca relațională” din 2018, testând conceptul respectivei metode (NEconferință) de animație. La acest eveniment de anvergură a ieșit în evidență concluzia că lucrurile noi sunt percepute drept străine și rezolvarea sarcinilor este realizată prin seturi de experiențe tradiționale, probate, chiar dacă nu se pretau subiectelor emergente descifrate ca exemple. Animația cu publicul este instrumentul prin care putem realiza acest deziderat prezent la nordici, iar la noi, abia tratat ca tendință emergentă. Viteza schimbărilor s-a triplat în comparație cu anul 2018, iar reacția de răspuns la schimbări necesită o și mai mare viteză.

### **Animația în biblioteci. Privire retrospectivă în context social larg**

Animația ca noțiune și concept apare și este consolidată în spațiul european în perioada anilor 1930-1950, în Franța. Apare *ca inițiativă cultural-politică*



*de educare a maselor* sau, cum se mai numea, *educația populară*. În perimetrul nostru, sovietic/socialist, în acea perioadă s-au deschis în fiecare oraș un fel de societăți numite „Societatea cunoștințelor” (Общество знаний), care erau constituite ca instituții de educare populară. Aveau ca responsabilitate organizarea și desfășurarea unor activități de animație educativă, bazate pe pedagogia descoperirii, explorării și stimulării creativității (de fapt, aveau mai mult un caracter de comunicare sau informare) ca inițiativă ce se aseamănă, într-un fel, cu actualul concept de *știință deschisă* sau *comunicarea științei*. Realizat, bineînțeles, prin metodele și potențialul existent la acele timpuri. În țările europene (de exemplu, Franța, țara în care a apărut noțiunea de *animație*) au fost prevăzute o serie de animații cu publicul menite să orienteze *atenția societății către cultură*. În Europa, *a anima* însemna a crea un climat emoțional în interesul culturii, față de cultură, în general, care construia noi forme de *conexiune* și *integrare socială*. Se consideră că în această perioadă s-au pus bazele animației socioculturale.

În URSS, ideea de animație a fost compromisă, pentru că biblioteca rămânea instrumentul ideologic al PCUS, iar „Societățile cunoștințelor” aveau ca angajați oameni de știință *ideinici*, membri de partid, ca să ducă rezultatele științei în mase, dar prin unicele forme acceptate ca seminarii și conferințe științifice sau *массовые мероприятия* (traduse în limba „moldovenească” ca *активитэць де масэ* – activități de masă) și care mai târziu au devenit *культурные мероприятия* (*манифестэрь*

*культурале* – manifestări culturale), sintagme rămase ca fosile istorice în vocabularul bibliotecarilor, în statisticile bibliotecii și în standardele profesionale, chiar și în cele recente, cu părere de rău.

Bibliotecile erau obligate să colaboreze cu aceste societăți, având responsabilitatea de a asigura public, de a organiza expoziții sau liste bibliografice la tema prezentată, iar oamenii de știință țineau lecții publice. Oricum, era unica conexiune cu știința și cultura prin sate și orașe, fiind o bună metodă de implicare a bibliotecilor în acest proces și inițiativă.

Adevăratul *boom* al animației culturale a început prin anii '60 ai secolului trecut. În această perioadă, apar diverse forme de transmitere a culturii, animația fiind una dintre acestea, ca răspuns la criza din sistemul școlar din țările europene. În anii '70, în Italia, se întreprind cercetări asupra animației în scopul reinventării sistemului educațional, în care exista o mare deschidere către o pedagogie activă, către expresivitate, creativitate și inovație. Animația socio-educativă este și subiectul primelor cercetări pedagogice într-un context de primenire. Apare ideea de animație permanentă, apoi urmează calificarea metodologică și didactică a animației ca activități libere, ghidate, stimulate, facilitate, mediate de un „animator” – profesor, educator, bibliotecar. În același demers se regăsesc și exponenți ai lumii teatrale cu interes mare pentru activitatea experimentală și reinventarea la nivel de metodologie didactică a activității artistice.

Drept exemplu poate servi Teatrul de lectură francez „Lire en fête” (Lectura-sărbătoare sau Citiți

și sărbătoriți). Acest teatru din Paris venea vara la Chișinău și dădea o reprezentație în Sala cu coloane a Bibliotecii Municipale. Atunci, pentru prima dată, bibliotecarii prezenți la eveniment au experimentat animația teatrală. Actorii ieșeau în sală din depozitul colecției de carte, pe ușa de la intrare, din spatele publicului, apoi se urcau pe o masă, săreau pe alta recitând. Avea și o misiune acest spectacol – să promoveze scriitorii, poeții și limba franceză – un clown mergea prin sală cu o pălărie în care erau bilețele – trebuia de extras un bilețel și să-l citească expresiv în limba franceză. A fost prima metodă nonformală de teatru văzută de noi în interpretarea actorilor parizieni – mișcare, joc, joc de rol, implicarea publicului, într-un cuvânt – animație, *Lectura-n sărbătoare!* Teatrul Național „Mihai Eminescu” a încercat și el spectacolul lecturii, dar n-a ținut.

E o metodă de animație pe care am putea s-o realizăm cu mijloace mici și bani puțini, dar cu capacitate și talent teatral. BM are și capacitate, și oameni talentați. E timpul să creăm un Teatru de lectură! Se impune pregnant în lumea asta virtuală care, cumva, nu lasă teren lecturii.

La începutul anilor '70 ai secolului trecut au fost definite câteva direcții ale animației. Identificarea lor s-a bazat pe problemele cu care se confruntau comunitățile: urbanizarea masivă, migrația populației, dificultăți și nevoi de creștere a claselor marginalizate, lipsa locurilor de muncă etc. Astfel, animația capătă sens în cele mai varii direcții:

1. Culturală;
2. Socială;

3. Ludico-expresivă;

4. Socio-educativă.

Direcțiile în care se manifestă animația în organizații sunt determinate de obiectivele lor, de specificul instituției: social, cultural, educațional și comunitar.

La sfârșitul anilor '80, Republica Moldova revine la scrierea cu litere latine, fiind bulversată de proteste și de lupta pentru independență. Domeniul biblioteconomic, concentrat pe constituirea colecției în alfabet latin, a scăpat din vedere noțiuni, concepte noi și schimbări derulate la nivel global. În Europa, acești ani coincid cu perioada de reflectare asupra animației în care putem distinge clar două concepte diferite asupra acesteia:

1. Animația devine afacere și industrie;

2. Animația se profesionalizează și își consolidează aspectul pedagogic și cultural.

Aici găsim convenită explicația de ce nu s-a încetățenit noțiunea de animație în domeniul bibliotecar și de ce nu e folosită în limbajul profesional. Republica Moldova a ieșit din spațiul sovietic având probleme de configurare de țară independentă și domeniul biblioteconomic nu s-a regăsit printre prioritățile noului stat. Bibliotecile au scăpat de rolul ideologic, dar mai mult de două decenii nu au fost în vizorul guvernării. Încă vasele mentale experienței ideologice, bibliotecile se împotriveau cu vehemență termenului de *animație* pentru că era unul capitalist, unul de distracție, chiar dacă am avut deschidere la documente internaționale, chiar dacă Alexe Rău (director al BNRM) a inclus și termenii „loisir” și „hedonic” în a sa strategie *Modelul cibernetice de*

dezvoltare a SNB și în prima *Lege cu privire la biblioteci* din Republica Moldova. În anii 2000 ne bucuram de *Legea bibliotecilor* în care s-a regăsit, sub alt aspect, și noțiunea de *animație*, dar, cu regret, mai folosim încă și astăzi modelul comunist de clasificare a activităților cu publicul. La 30 de ani de la revenirea la alfabetul latin și a limbii române ca limbă oficială a Republicii Moldova, utilizăm în continuare sintagma „activități de masă” și botezăm drept „activități/manifestări culturale” orice simpozion, congres, conferință științifică sau experimente chimice și fizice etc. Sunt din alte vremuri, din alt sistem, din altă limbă, din altă țară.

Nici noua *Lege* nu onorează pe deplin termenul *animație*, chiar dacă se regăsește în noile roluri ale bibliotecilor publice – dat fiind faptul că la elaborarea ei au lucrat mai mulți bibliotecari din bibliotecile universitare care nu au rol de animare a publicului (după cum afirmă universitarii, care în realitate fac animație!).

Anii 2000 sunt considerați a fi perioada maturizării animației la nivel european. În acest interval de timp animația se manifestă sub formă de proiecte, acțiuni sistemice, de creștere a calității relațiilor, aceasta regăsindu-se implicit în: (1) activități de animație în comunitate, (2) lucru în rețea, (3) implicarea comunității în activități socioculturale și educative. A educa în stilul animației înseamnă să colaborezi semnificativ la procesele de personalizare, conștientizare și responsabilizare, altfel spus înseamnă să contribui la maturizarea și dezvoltarea individului. Ariile de intervenție ale metodei sunt:

persoana, libertatea, conștientizarea, creativitatea, participarea, implicarea și responsabilitatea. Toate aceste arii se regăsesc în activitatea educațională, culturală, socială și recreațională a BM.

În perimetru biblioteconomic românesc s-au făcut mai multe încercări pentru a defini animația culturală în biblioteci.

Dr. Gheorghe Buluță, cunoscut cercetător bibliolog, abordează subiectul în volumul *Animația culturală în biblioteca publică* [7, p. 69-83] și în volumul *Biblioteca azi. Informare și comunicare* [6, p. 66-68] în care trece în revistă modelele românești, europene și americane. Gh. Buluță descrie obiectivele animației cu publicul bazându-se pe concluziile sociologului Maria Moldoveanu reieșite din *Cercetarea națională asupra calității vieții culturale*.

Interesant e faptul că Maria Moldoveanu identifică biblioteca publică ca unul dintre animatorii principali ai comunității. Afirmare/opinie pe care o susțin și o împărtășesc. Definiția dată de M. Moldoveanu a fost acceptată de arealul (domeniul) biblioteconomic românesc: „Animația culturală constă în stimularea interesului indivizilor față de produsele și serviciile culturale pe care le oferă mediul lor de viață” [22, p.178-179]. Maria Moldoveanu definește și rolul animației culturale: *de a da oamenilor sentimentul apartenenței la o colectivitate dominată de valori și de a-i face să participe la evenimente care au semnificație pentru dezvoltarea umană*.

Traian Brad, cercetător, bibliolog, în monografia *Lectura și biblioteca publică la Cluj* consacră un subcapitol, din capitolul IX, animației culturale [5,

p. 180]. T. Brad a desprins din definițiile de mai sus două coordonate care stabilesc fenomenul animației culturale: 1) motivația interesului și 2) cadrul instituțional creat de bibliotecă pentru a-l promova. Într-o aprofundare a celor afirmate face trimitere la rolurile bibliotecii publice: *de centru cultural; de prestator de servicii* (acces la informație și cunoaștere, educație și lectură, petrecerea utilă a timpului); *de loc de întâlnire; de spațiu favorabil pentru promovarea dialogului și comunicării; spațiu deschis oricăror forme de dezvoltare intelectuală și garantare a libertăților de opinie și cetățenești*. Pentru cei care consideră animația doar divertisment și recreere, Traian Brad vine cu precizarea: „În realizarea acestor roluri biblioteca dezvoltă activități de animație proprii, în spațiile sale, în colaborare cu persoane și instituții locale, naționale și internaționale, folosindu-și resursele proprii în cadrul dezbaterilor, conferințelor, cenaclurilor, sesiunilor de comunicări, în întâlnirile cu scriitorii, editorii...” ș.a. [5, p. 181].

T. Brad a trecut în revistă și activitățile, cele mai mari, de animație ale Bibliotecii Județene „O. Goga” Cluj: concursuri (literare, de creație etc.), festivaluri, simpozioane, Zilele bibliotecii, Zilele Eminescu, saloane de carte, dar și revista bibliotecii! Bazându-se pe definiția animației în biblioteca publică, care presupune concentrarea mijloacelor și faptelor în forme accesibile cetățenilor, autorul consideră revista bibliotecii instrument de animație pentru cititorii săi. Or, revista unei instituții este o formă și o metodă de influențare și e importantă pentru educare și susținere a interesului profesional și cultural al bibliotecarilor,

dar, în egală măsură, și al utilizatorilor, pentru că ea este un produs colectiv prin implicarea oricărui angajat, utilizator (cetățean), partener.

În alt areal geografic, al Federației Ruse, există termenul *animație* și sintagma *animația culturală* – *культурная анимация* – dar nu se regăsește în titlurile sau conținuturile lucrărilor publicate de teoreticienii din biblioteconomie. Biblioteconomia rusă a produs sute de publicații, manuale, materiale metodice foarte bune care abordează activitatea cu publicul, dar preferă sintagmele – *масовая работа, фронтальная работа* sau *библиотечные мероприятия*. Influența rusă încă persistă în vocabularul biblioteconomic autohton, precum și în multe forme de animație la bibliotecile din rețeaua Hasdeu. Multitudinea și diversitatea publicațiilor biblioteconomice rusești ne oferă un imens spațiu accesibil, teoretic și de experiențe ale formelor noi de animație, care iată, în ultimii ani, cuprind virulent bibliotecile moderne din Rusia. Bibliotecile rusești absorb foarte rapid forme inovatoare de animație din alte țări (nici nu le mai traduc), din alte domenii, iar exemplu poate servi lucrarea *Forme de activități bibliotecare*, autor E.V. Kurbatova <http://www.gorlib.ru/colleag/metod/bibmer/>. Mai rămâne să facă, și sunt convinsă că o vor face, o sistematizare științifică corectă a animației culturale și educaționale oferite de biblioteci.

Animația îndeplinește mai multe funcții. Ne referim la animația socio-educativă (aici este încadrată și biblioteca), ale cărei funcții, sintetizate pe criterii corelate cu obiectivul, scopul urmărit și acțiunile de pus în practică, sunt:



- 1) Creșterea gradului de socializare: a) *animația* este mijloc de integrare și de adaptare, favorizând comunicarea, orientând energiile spre sarcini colective; b) *animația* are la bază elementul ludic și recreativ al activităților; c) *animația* este o importantă modalitate de organizare a timpului liber.
- 2) Eficientizarea rolului educativ și de culturalizare: *animația* este o metodă alternativă la actualul mod de realizare a educației care completează formarea școlară, eventualele curențe, dar, totodată, este și un instrument de transmitere a culturii și formării continue.
- 3) Manifestarea spiritului de inovator: *animația* oferă posibilitatea descoperirii unor noi stiluri, moduri, forme de activitate și de viață, având funcția inovatoare în însăși alternativa pe care o oferă.
- 4) Reglarea unor curențe sociale: *animația* permite o reglare lejeră, fiind ca tip de intervenție un fel de asistent cultural care completează lipsurile formării și educării, diminuând inadapabilitățile și integrându-i pe cei neintegrați sau marginalizați, reducând într-o anumită măsură așa-zisele „deficiențe” sau „handicapuri culturale”.

Tibor Navracsics, Comisar European pentru Educație, Cultură, Tineret și Sport <https://tinyurl.com/4yvb39mv> a identificat trei tipuri de competențe care obligatoriu ar trebui dobândite dacă vrem să educăm copii ați pentru munca viitorului: *competența digitală*, *competența antreprenorială* și

*competența socială*, care cu siguranță nu pot fi dezvoltate prin forme tradiționale vechi. Pot fi obținute prin cursuri, workshopuri, ateliere de scriere a proiectelor, de scriere creativă, de învățare a limbilor, de storytelling, prin servicii de orientare profesională sau dezvoltare durabilă și prin forme de animație nonformală (cum ar fi jocurile, teatrul, experimentele, atelierul creative), așa cum s-a întâmplat în toate cele trei componente ale programului de lectură *Provocarea verii 2019: Citește! Descoperă! Creează!*

Trebuie să folosim toate metodele – pe cele din educația nonformală, fie ele metode de animație socio-educatională, culturală sau animație din alte domenii ori din industria de animație – împrumutăm din orice domeniu, instituție, dacă sunt de ajutor în realizarea obiectivelor noastre de formare a acestor trei competențe ale viitorului. Principalul, cum afirmă Tibor Navracsics, e să educăm aptitudini practice.

În prezent, nici o bibliotecă nu mai poate pretinde că acoperă toate cerințele societății. „Confruntate cu nevoile lumii moderne, bibliotecilor nu le rămâne decât soluția colaborării și reinventării continue a formelor și metodelor de relaționare și comunicare culturală” [26, p. 7]. Brigitte Richter ne atrăgea atenția în acest sens, sfătuindu-ne să evaluăm și să revizuiem periodic metodele de animație cu publicul.

Dotarea tehnologică a bibliotecii este un element indispensabil schimbării tendinței de revitalizare a relației cu publicul și de sporire a numărului de utilizatori, dar nu poate doar acest aspect rezolva problema dificilă de atragere a oamenilor în bibliotecă.

Doar prin dinamism și integrare în viața socială a comunității bibliotecile își pot rezolva problema echilibrului de reprezentare a întregului spectru socioprofesional în cazul publicului lor. Cum specifică prof. univ. dr. Ion Stoica, *bibliotecile nu se pot cantona într-o prudentă așteptare că vremurile se vor schimba*. Vremurile, valurile (noile tendințe) schimbă biblioteca!

Mijloacele de animație au o dublă funcție: să creze cetățeanului o cultură a informației, o cultură a bibliotecii aducând-o spre public sau aducând publicul spre ea. Aceste activități de animație se sprijină pe tehnici multiple, neatestatate teoretic, pentru că sunt ca meteorii – apar cu o viteză amețitoare și se modifică la fel ca virusurile, incontrollabil. Cea mai plauzibilă metodă de reacție este să sensibilizăm, să educăm și să implicăm utilizatorul învățând împreună cu el. Bibliotecile au trecut deja de la etapa simplă informării la informare animată, personalizată – de la informarea la formarea utilizatorului.

„Bibliotecile care sunt profund integrate în viața comunităților și răspund prin forme de animație adecvate vor supraviețui” (Thomas Frey).

## CAPITOLUL I

---

### ANIMAȚIA DE COMUNICARE A ȘTIINȚEI

---

Simpozion	Puzzle Maraton
Conferință	Hackathon
Conferință-poster	Talcioc
Conferință publică	Masă rotundă
Conferință de presă	Dezbateri
NEconferință	Cafenea publică
Colocviu	Bibliografie vie
Open Space	Campanie
Ignite	

BM este un centru de cercetare științifică, fapt recunoscut de oameni ai științei ca acad. Mihai Cimpoi, reputatul bibliolog dr. Gheorghe Buluță (director al Bibliotecii de Medicină „Carol Davila”, București, primul ctitor al Bibliotecii „Onisifor Ghibu”, Chișinău), Fănuș Băileșteanu (director adjunct al Bibliotecii Academiei Române, în perioada 1994-2008), prof. univ. dr. Ion Stoica (director al Bibliotecii Centrale a Universității din București), dr. hab. Ion Dron (AȘM), Iurie Colesnic, doctor honoris causa, Ion Șpac (bibliograf în cadrul Bibliotecii AȘM), conferențiar universitar dr. Ion Madan, cercetătorul Vlad Pohilă, dr. Zamfira Mihail (profesor universitar, cercetător științific principal și onorific la Institutul de Studii Sud-Est Europene al Academiei Române, București), profesor universitar dr. Ilie Rad (Universitatea „Babeș-Bolyai”, Cluj-Napoca, Președinte al Asociației Române de Istorie a Presei) ș.a.

Pentru a desfășura o activitate prodigioasă de cercetare este nevoie de o structură dedicată, de capacități profesionale, de viziune și de promovarea științei în cultura instituțională. Le avem prin Secția studii și cercetări, entitatea coordonatoare a întregii activități științifice a BM, prin asumarea cercetării ca prioritate și valoare a BM, prin angajații-cercetători. Pe parcursul a 30 de ani, BM a format o pleiadă de cercetători care au editat un șir întreg de volume biblioteconomice, bibliografice, critico-literare și de memorie a Chișinăului.

Bibliotecile pot ieși din criza profundă prin care trec doar prin ridicarea cercetării la nivelul necesar de dinamism și rigoare. Rezultatele bune, înregistrate de BM și recunoscute de comunitatea de cercetători, au fost realizate datorită potențialului BM de obiectivare a așteptărilor comunității chișinăuiene, pe care a reușit să-l dezvolte și să-l afirme. Am lăsat în urmă nivelul inițiativelor cu orientare istoricistă și culturologică. Am găsit forța de a identifica, urmări și de a susține obiective cu semnificație importantă în dezvoltarea literară, culturală, biblioteconomică, sporind contribuția BM la progresul cunoașterii. Mai mult, rezultatele înregistrate de către BM au spart gândirea restrictivă față de potențialul de cercetare al bibliotecilor.

Pentru BM cercetarea e un atu al diferențierii, atâta timp cât alte biblioteci nu au apetit, nu vor să-și părăsească zona de confort pe care le-o asigură rutina, cercetătorii explorează, urmăresc indicii, privind ansamblul sau detaliile, compară, descoperă și surprind... pe alții și pe ei înșiși. Să fii surprins este o alegere conștientă a cercetătorilor!

Cercetarea contează pentru bibliotecă:

- produce schimbări vizibile aducând prețuire și respect în ariile în care se manifestă;
- adaugă capital social bibliotecii, dizolvă similitudinea;
- practică consistent, sistemic, se transformă într-o componentă a culturii instituționale;
- dă posibilitatea să descoperi următorul pas;
- este un mod sigur de obținere a performanței.

Nu credem că cineva mai pune la îndoială nevoia de cercetare în structurile infodocumentare și rolul bibliotecarului în cercetare. Astfel, dacă nu poți ajunge la sursele care te interesează prin intermediul calculatorului, internetului, japonezii ne sfătuiesc: *„Aplică metoda tradițională, găsește un bibliotecar-cercetător și împrietenește-te cu el. Bibliotecarii-cercetători lucrează atât pentru marile companii, cât și în bibliotecile publice. Vei fi uimit să vezi ce pot afla pentru tine asemenea oameni, datorită cunoștințelor pe care le dețin și accesului la cărți, reviste, baze de date electronice, baze de date proprii”* (Guy Kawasaki, *Încântare*, p. 112).

Comunicarea științei e pusă pe temei riguros, pe creativ și pe umerii bibliotecarilor noștri. Anual BM organizează sute de activități de comunicare și promovare a științei – simpozioane, conferințe, colocvii, dezbateri, mese rotunde etc. În ultimii ani se atestă o evoluție a comunicării științei prin forme și metode inedite, noi: Puzzle Maraton, Talcioc, Hackathon; NEconferință, Open Space, Zilele Fedex@Hasdeu, Laboratorul interactiv, Laboratorul nonformal, Cafeneaua „Chindii profesionale”, Târgul inovațiilor,

Taraba serviciilor, Ignite – BiblioTalks, LudoTalks, Hora Științei (acum Săptămâna Științei), Săptămâna Creativității și Inovației ș.a.

BM și-a setat *cercetarea* ca parte a strategiei instituționale.

## SIMPOZION

**Noțiune:** *discursuri în public asupra unui subiect actual sau reactualizat cu un pronunțat caracter științific (literar, filozofic, istoric, social, artistic sau cultural), aparținând mai multor vorbitori, inclusiv din rândul publicului participant și al bibliotecarilor organizatori.*

**Scop:** *realizarea unui schimb de opinii și informații referitoare la un subiect/fenomen, tendințe, probleme/recomandări sau despre personalități notorii din diferite domenii ale cunoașterii și despre anumite preocupări științifice cu reverberații în dezvoltarea umană și socială.*

Organizatorii unui simpozion întotdeauna au în vedere următoarele **Obiective:**

- dezvăluirea consecventă și bine orientată a cunoștințelor dintr-un anumit domeniu;
- incitarea interesului pentru tema propusă spre discuție;
- implicarea publicului în schimbul de opinii pe marginea subiectelor abordate;
- valorificarea resurselor informaționale curente sau de patrimoniu ale BM.

Simpozionul contribuie la dezvoltarea următoarelor **Competențe:**

- de comunicare și schimb de opinii;

- de conștientizare a atitudinilor proprii față de subiectul discutat;
- de încadrare activă în schimbul comun de opinii;
- de interiorizare și personalizare a expunerilor, datelor comunicate de specialiști în materie.

### Repere organizatorice

Metodologia organizării și desfășurării simpozionului este comună pentru toate tipurile de conferințe, colocvii, mese rotunde, dezbateri, dar vom semnală specificul și diferențierea fiecărei forme sau metode de activitate științifică:

- planificăm/schițăm organizarea simpozionului (subiect/temă, titlu, scop, obiective, competențe; comunicări, participanți, data, perioada de desfășurare; scenariu; diseminare; activități post-eveniment);
- alegem moderatorul: oameni de știință, profesori, lectori universitari; oameni de cultură, bibliotecari, care cunosc subiectul și au bune abilități de comunicare. La simpozioane științifice importante, de anvergură, complexe ca structură, ca forme de activități preconizate a fi folosite pentru a anima desfășurarea, se recomandă să se identifice doi moderatori. BM a încetățenit o practică: un moderator din domeniul abordat, specialist-expert în domeniu și un bibliotecar, completându-se reciproc în beneficiul calității lucrărilor simpozionului și realizării scopului științific sau educațional-informațional al evenimentului;



- identificăm personalitățile consacrate în domeniu;
- alcătuim lista prealabilă a vorbitorilor;
- convenim în prealabil asupra participării;
- elaborăm conceptul de program al simpozionului;
- elaborăm criteriile de selecție/acceptare și cerințele de prezentare a textului comunicărilor;
- informăm publicul și invitații în prealabil, comunicându-le data desfășurării și genericul simpozionului;
- amenajăm localul în scopul conferirii unui aspect adecvat subiectului simpozionului;
- organizăm expoziții de resurse la subiectul abordat;
- utilizăm artefacte, construcții, dacă este necesar și credem că ajută la cunoașterea, asimilarea și deschiderea subiectului sau pentru a surprinde, impresiona participanții prin realizarea acestui element ludic într-o formă inedită;
- asigurăm evenimentul cu echipament necesar (ecran, proiector, microfon, tribună etc.);
- invităm din timp toți eventualii participanți;
- elaborăm un *Dosar de presă*, important și vital pentru susținerea mesajului vorbitorilor. Acest *Dosar* cuprinde: comunicatul de presă, materiale informative despre subiectul/problema în discuție, declarațiile vorbitorilor, o prezentare a bibliotecii cu realizări și planuri etc. Avem grijă ca materialele prezentate să fie bine redactate – chiar și micile greșeli știrbesc din imaginea instituțională;

- creăm un eveniment online cu o sinteză despre importanța subiectului, numele invitațiilor de onoare, problematica abordărilor propuse etc.;
- plasăm informația pe rețele sociale;
- distribuim informațiile, materialele promoționale ale evenimentului în comunitate, în comunitățile profesionale, universități, licee, comunități pe interese, în funcție de subiect; pe avizierele bibliotecilor din rețeaua BM „B.P. Hasdeu” și în alte locuri comunitare de informare;
- informăm, invităm mass-media;
- elaborăm un chestionar/sondaj sau alte instrumente de evaluare a evenimentului și colectăm feedback.

## Desfășurarea

Rolul moderatorului/animatorului:

- moderatorul/ facilitatorul/ animatorul<sup>1</sup> salută audiența, rostește un cuvânt de deschidere sau invită o persoană din administrația bibliotecii cu un discurs de deschidere/mesaj de salut;
- anunță principalele teme, problemele abordate;
- prezintă publicului personalitățile invitate;
- anunță *Regulamentul pentru durata comunicărilor* (de regulă, pentru raportorii principali se oferă 10-20 de minute (în funcție de subiect, de tipul evenimentului – local, instituțional,

---

<sup>1</sup> Toți acești trei termeni au același sens. În unele țări există tradiția moderatorului (Germania), în altele (Italia, Franța) cea a facilitatorului ori animatorului. Pe parcursul acestui volum vom utiliza toate cele trei variante.

- național sau internațional și de public); pentru intervenții pe marginea subiectului 1-5 minute;
- oferă cuvânt vorbitorilor conform programului;
  - are libertatea de a schimba, în funcție de situație, succesiunea vorbitorilor; de a selecta doritorii pentru intervenții;
  - prezintă comunicatorii, tema, contribuțiile vorbitorului la acest subiect; face legătură între comunicarea antevorbitorului dacă are tangențe cu cea a următorului vorbitor; comentează; compară abordările, mulțumește vorbitorului etc.;
  - încurajează publicul să asculte, să intervină, să pună întrebări;
  - la epuizarea programului, face o sinteză a evenimentului, a comunicărilor, identifică niște concluzii și efectuează o primă evaluare a lucrărilor simpozionului;
  - mulțumește publicului prezent la eveniment invitându-l la următoarele activități de comunicare științifică preconizate la bibliotecă.

Organizatorii, la rândul lor, oferă materiale de promovare pentru participanți și pentru presa scrisă; culeg subtil, discret, prin metode atrăgătoare, feedback și impresii.

Activități post-eveniment:

- publicăm scurte sinteze, impresii, comentarii, un articol despre eveniment într-o revistă/un ziar, „BiblioPolis”, „BiblioCity”, reviste istorice, culturale sau pedagogice, după caz și subiect etc.;
- publicăm un articol pe blogul bibliotecii/secției;

- realizăm un video despre eveniment cu crâmpoie din discursurile vorbitorilor;
- elaborăm un colaj video, de un minut, un minut jumătate, cu impresiile participanților despre eveniment;
- elaborăm o sinteză a evenimentului pentru raport;
- mulțumim reprezentanților mass-media printr-o scrisoare oficială și prin rețelele sociale;
- mulțumim vorbitorilor printr-o scrisoare oficială;
- creăm o postare pe rețelele sociale cu fotografii ale participanților, cu permisiunea lor (colaj, GIF sau alte aplicații interactive), prin care le mulțumim pentru participare la simpozion.

## CONFERINȚĂ

BM este instituția care organizează anual peste 100 de evenimente științifice și de comunicare a științei, dintre care 15-20 de conferințe, 30-50 conferințe publice și în jur de 30-50 de mese rotunde. Încercăm să surprindem mereu audiența, fără a ne repeta sau fără ceva de tipul „s-a mai făcut pe la noi”. Numărul mare de evenimente organizate ne oferă tot atât de multe motive pentru a diversifica experiența științifică, analizând ce am învățat din organizarea lor, ce ne-a impresionat la alte biblioteci, din alte țări, ce am descoperit în alte domenii decât cel biblioteconomic din cărțile și articolele citite. Astfel, urmărim să surprindem și să educăm chișinăuianul, consumatorul nostru de evenimente, oferindu-i totdeauna un bonus – cel al interactivității sporite.

**Noțiune:** *formă de comunicare publică, de comunicare a științei sau o expunere cu o temă difuzată anticipat, cu rolul de a informa, de a instrui, de a captiva, de a intriga publicul, având ca suport un subiect societal, comunitar, profesional, științific, literar, istoric, omagial, evocator etc. Consfătuire, convorbire.*

Conferința, în formatul ei clasic, cu tribună și prezidiu, cu participanți așezați unul în spatele altuia mai este păstrată doar la AȘM sau/și la unele biblioteci rămase în urma timpului și a realității. Conferința este un eveniment complex, care poate conține mai multe sesiuni combinate de prezentări, seminare, workshopuri și traininguri, paneluri, demonstrații, dezbateri, utilizând diverse metodologii de desfășurare.

**Scop:** *de a dezbate și de a hotărî asupra unor probleme curente și de perspectivă ale activității bibliotecilor sau ale altui domeniu – literar, cultural, pedagogic, societal, cu caracter introductiv sau care ar presupune expertiză în subiectul conferinței.*

### **Obiective:**

- comunicarea științei prin forma academică de conferință;
- atragerea și implicarea oamenilor de știință în activitatea BM de comunicare a științei;
- atragerea utilizatorilor BM și a membrilor comunității chișinăuiene interesați de rezultatele cercetărilor științifice;
- educarea interesului pentru știință a liceenilor, studenților, tinerilor, implicându-i în desfășurarea conferințelor.

**Competențe:**

- cunoașterea unui nou subiect de interes personal;
- formarea deprinderilor de ascultare activă;
- formarea abilităților de toleranță la opiniile altora;
- educarea unei culturi de implicare și contribuție în astfel de evenimente;
- obținerea unei imagini nedistorsionate a unui subiect științific;
- obținerea unei imagini de ansamblu a dezvoltării științei într-un anumit domeniu.

Selectarea temei este una din condițiile obligatorii, care asigură diversitatea opiniilor cu referire la subiectele avizate. Pentru discuții sunt abordate lucrări în care sunt tratate probleme stringente ce preocupă societatea la momentul actual sau probleme de interes pentru un anumit grup etnic, socio-demografic, probleme de interes profesional sau de percepție societală a BM.

Conferințele organizate de Biblioteca Municipală pot fi clasificate astfel: literare (cu cititorii), literar-științifice orientate spre un public specific (studenți, pedagogi, bibliotecari, educatori, arhitecți, ingineri etc.); istorice, social-comunitare și profesionale, pentru care reperle organizatorice și modul de desfășurare sunt identice.

**Repere organizatorice**

Multe dintre repere sunt similare cu cele de la Simpozion:

- desemnăm persoana/echipa responsabilă de organizare;
- selectăm subiectul, tema, opera și autorul;
- planificăm desfășurarea conferinței (scop, obiective, competențe, stabilirea datei/ perioadei de desfășurare);
- identificăm și cooptăm un public cu interese comune, curios de a afla/cunoaște mai multe despre subiectul conferinței;
- identificăm vorbitorii – experți în domeniu, experți din afară sau din alte domenii;
- expediem invitații vorbitorilor identificați cu anunțarea temei, datei, orei și locului desfășurării și cu reguli de prezentare a textului;
- obținem confirmarea participării cu indicarea formei de prezentare a comunicării: oral sau poster etc.;
- alegem locația (conferințele, ca și simpozioanele, pot fi organizate în bibliotecă sau în alte localuri – școli, universități, palate de cultură, centre private, săli speciale pentru organizarea evenimentelor) în funcție de subiect, număr de participanți și tip de conferință (tematică sau profesională, aniversară sau omagială ș.a.);
- elaborăm materialele promoționale pentru diseminarea evenimentului planificat, a subiectului conferinței;
- invităm mass-media.

De regulă, comunicările participanților sunt selectate pentru a le publica într-un volum – *Culegere de comunicări de la Conferința ...XXX*. Biblioteca

„B.P. Hasdeu” practică anual conferințe profesionale și din cinci în cinci ani – aniversare.

Filialele care au încetățenit conferința ca formă de comunicare științifică cu publicul sunt: Biblioteca Centrală, „O. Ghibu”, „Transilvania”, CAIE, „M. Lomonosov”, „I. Mangher”, „L. Rebreanu”, „Ovidius”, „Târgoviște”, „H. Botev”, „T. Arghezi”, „A. Mickiewicz”.

### Desfășurarea

Alegem moderatorul care:

- anunță principalele teme, probleme abordate;
- prezintă personalitățile invitate;
- stabilește de comun acord cu participanții *Regulamentul* cu privire la durata prezentărilor: pentru comunicările de bază – 10-15 min (la un eveniment academic pot fi comunicări de 15-25 minute); pentru dezbateri – 3-5 min. Timpul rezervat comunicărilor este determinat de caracteristica evenimentului, statutul comunicatorilor, de temă și de public;
- oferă timp pentru sesiune de întrebări/răspunsuri – 20-30 min la final sau la sfârșitul fiecărei comunicări – alegerea îi aparține;
- creează o atmosferă favorabilă comunicării și schimbului de idei, opinii între participanți și invitați;
- amenajează localul în scopul conferirii unui aspect adecvat subiectului conferinței (de ex., o conferință literară revendică o expoziție despre scriitorul/scriitorii invitați, opera sau tema abordată, elemente inovative de design literar



- o pană, o călimară, o mașină de scris veche, cărți, lucruri personale ale protagonistului sau, dacă e un subiect istoric, vestigii de epocă, fotografii, o bibliografie la tema respectivă, un laptop cu text sau cu o prezentare slide-show despre subiect sau scriitor/om de știință etc.);
- constituirea unui *Dosar de presă* cu informații specifice temei – afiș, program, documente istorice (dacă e temă istorică), arheologice, comunicat de presă, alte materiale interesante la tema conferinței pentru doritorii de a publica impresii, de a face o postare de la eveniment în scopul elucidării veridice;
- diseminarea și comunicarea informației despre eveniment, plasarea pe pagina web sau pe blogul bibliotecii.

## CONFERINȚĂ PUBLICĂ

**Noțiune:** *expunere în public a opiniilor unei personalități, a unui expert dintr-un domeniu de interes al bibliotecilor asupra unei teme (științifice, politice, sociale, profesionale etc.); reuniune a reprezentanților unei biblioteci.*

**Scop:** *organizarea unei reuniuni pentru un schimb de păreri asupra unor probleme importante în cadrul căreia o personalitate a vieții politice, sociale, culturale, literare etc. face o prezentare și răspunde la întrebările participanților.*

### Obiective:

- cunoașterea domeniului în abordări noi sau în context larg (societal, cultural, filosofic);

- raportarea activității noastre la tendințele emergente sau evidente;
- utilizarea cunoașterii și a experienței expertului invitat pentru cultura noastră generală și profesională.

### **Competențe:**

- învățarea rapidă prin cunoașterea unor aspecte de interes cultural, literar, profesional;
- experimentarea dialogului cu un expert;
- schimbul de opinii cu participanții vizând subiectul conferinței.

Modul de organizare este identic cu cel al conferinței – alegerea temei, identificarea expertului, panificarea evenimentului: scop, obiective, competențe, materiale promoționale, promovare pre-eveniment și acțiuni post-eveniment etc.

**Modul de desfășurare** se deosebește de cel al Conferinței clasice:

- un singur vorbitor;
- durata – 45 minute (cel mult 90 minute);
- are două sesiuni: expunerea subiectului și o sesiune de întrebări și răspunsuri.

Rolul moderatorului e simplu – are un cuvânt de spus despre subiect, prezintă vorbitorul, animează sesiunea de întrebări și răspunsuri, încurajând și motivând participanții să susțină un dialog cu expertul pe marginea subiectului; trage concluzii despre importanța temei pentru instituție și participanți, mulțumește vorbitorului pentru disponibilitatea de a răspunde necesităților bibliotecii, mulțumește participanților care au dat curs invitației BM.

Activ organizează conferințe publice bibliotecile-filiale „M. Lomonosov”, BPD, Biblioteca Centrală, „O. Ghibu”, „T. Arghezi” ș.a.

## CONFERINȚĂ-POSTER

Conferințele-poster se practică activ la Congresele IFLA, la Conferințe internaționale complexe. La BM prima conferință-poster a avut loc în 2012 în cadrul Conferinței aniversare consacrată celor 135 de ani de la fondare, desfășurată în Sala de conferințe a Hotelului Codru. Conferința-poster a fost găzduită de Sala cu oglinzi. O primă experiență foarte interesantă (prin noutate), interactivă, zgomotoasă și cu multe emoții ale bibliotecarilor de a prezenta serviciile. A fost o adevărată „bătălie” a cluburilor care funcționau prin filiale.

Ultima conferință-poster, cu tema *Experiența serviciilor inovatoare la BM*, s-a desfășurat în cadrul altei Conferințe aniversare – #BM142. *Inspiră. Implică. Împuternicește. Conectează* (în 2019).

**Noțiune:** *expunerea unui subiect sub formă grafico-vizuală (poster) în cadrul unei expoziții de postere în care participantul-autor se află permanent lângă poster pentru a prezenta vizitatorilor interesați comunicarea sa.*

**Scop:** *experimentarea exprimării unui subiect de conferință în limbaj vizual, demonstrând abilități de creare a unui produs cu instrumente tehnologice.*

### Obiective:

- diversificarea formatelor de organizare a conferințelor;

- expunerea și comunicarea unui subiect prin alte mijloace (vizuale/verbale);
- relaționarea personalizată prin apropierea de public și implicarea lui în discutarea subiectului.

### Competențe

Conferința-poster dezvoltă atât vorbitorului, cât și ascultătorului următoarele competențe:

Vorbitorul-prezentator:

- învață să elaboreze un poster conform cerințelor stabilite de organizatori;
- învață să vorbească față-n-față și să utilizeze relaționarea interumană;
- învață să învingă timiditatea și își dezvoltă abilități de a vorbi în public;
- învață a-și promova produsul în timpul desfășurării evenimentului.

Vizitatorul:

- cunoaște un nou format de desfășurare a conferinței;
- învață a dialoga asupra unui subiect;
- trăiește o altfel de experiență, interactivă – eveniment care îi permite mișcarea (încotro vrea), discuții cu vorbitorul (cât vrea) și posibilitatea să plece (când vrea);
- experimentează libertatea de a alege subiectul.

Există două modalități de desfășurare: poate fi parte integrantă a unei conferințe tradiționale (în cazul când s-au înscris prea mulți vorbitori) sau poate fi organizată ca eveniment separat.

**Reperle de organizare** sunt aceleași ca la conferința clasică. Diferența este că se prezintă un

poster, de regulă format A2, în care se reflectă grafic esența comunicării, a subiectului acceptat de organizatori. La fel, este elaborat un program al Conferinței-poster în care se indică locul și perioada de desfășurare. Se poate elabora o organigramă a evenimentului, cu ajutorul căreia cei interesați pot găsi locul stabilit pentru fiecare participant. Pentru Conferința-poster elaborăm un set de materiale care asigură deschiderea mai largă a subiectului oferit vizitatorilor. În cazul în care vorbitorul nu se află lângă stand, vizitatorul își ia acasă materialele care-l interesează ca să înțeleagă mai bine comunicarea-poster.

Conferința-poster, prin forma și metoda de organizare, e una de animație: se află într-un cadru non-formal de desfășurare – coridor, scări, debara sau o sală aparte, dar de regulă se folosesc culoarele locației în care se desfășoară conferința generală, dacă e parte a unei conferințe clasice (IFLA) sau nonformale (Next Library).

### **Desfășurare:**

- autorul posterului (vorbitorul/comunicatorul) stă lângă poster, prezintă comunicarea și răspunde la orice întrebare adresată de participanți;
- comunicatorul are rol de a anima, el însuși, prezentarea, captând atenția prin diferite metode de animație: o invitație haioasă, un joc, un suvenir, o întrebare, o demonstrație etc.;
- prezentarea se face pentru o singură persoană sau pentru un grup și se produce ori de câte ori cineva se oprește lângă poster. E o altfel de

relație, una mai apropiată, mai intimă dintre vorbitor și receptor, iar dialogul, disputa dintre ei poate crea relații durabile de colaborare, de parteneriat, poate să convingă, să schimbe, să transforme atitudini și opinii.

Recomandăm să fie organizate conferințe-poster cu utilizatorii pe orice temă, despre orice poveste, despre orice serviciu, despre experiența din cadrul unui program ș.a.

Mai întâi organizăm unul-două ateliere de formare a competențelor de a scrie un text succint, care redă experiența sau prezintă lecturile sale. Apoi unul-două sau chiar trei ateliere în care le formăm competențe de elaborare a unui poster, respectând reguli și cerințe stabilite. Pot fi postere elaborate manual, manifestându-și, astfel, creativitatea și talentul de a desena sau realizate cu ajutorul tehnologiilor/aplicațiilor. Mai includem un atelier de simulare, la care oferim metodologia de prezentare și trucuri de vorbire în public, repetiție generală și putem apoi invita publicul la conferință.

Conferințele sunt evenimente necesare oricărei instituții – culturale, educaționale, economice etc. Fie că avem de anunțat extinderea unui aspect în preocuparea bibliotecii, noi direcții ori schimbări manageriale, lansarea unor produse/servicii, succese notorii sau prezentarea unor tendințe în domeniul nostru – cea mai eficientă și utilă cale de a le realiza este printr-o conferință. Evenimentul aduce la un loc angajați, colaboratori și/sau utilizatori din întreg municipiul, din țară sau de peste hotare. Aceasta se practică mai mult la conferințele

aniversare ale BM, la activitățile științifice consacrate lui Bogdan Petriceicu Hasdeu ori dacă programul include un schimb de experiență cu bibliotecari din afară. Astfel de conferințe sunt benefice pentru noi, de a învăța de la experții străini, dar îi și „răsplătim” pe aceștia prin activitățile și ideile proprii legate de subiect sau eveniment. BM are întotdeauna ce comunica și împărtăși altora.

Oamenii s-au săturat să asculte ore și zile întregi, nemișcați, comunicări interminabile și au încercat să modernizeze forma clasică a conferinței adăugându-i și alte elemente. Astfel, au apărut modele diverse care îmbină elemente caracteristice conferinței clasice cu forme și metode noi, interactive. Exemplificăm în continuare cu forme și metode noi.

### **NECONFERINȚĂ**

**Noțiune:** *o conferință interactivă care rezolvă probleme sau abordează subiecte de anvergură prin forme de activitate nonformală cu unele elemente de conferință clasică.*

**Scop:** *găsirea soluțiilor la unele probleme profesionale, culturale sau societale cu suportul participanților (cetățeni, bibliotecari sau utilizatori).*

#### **Obiective:**

- utilizarea formelor de activitate nonformală pentru animarea reuniunii;
- implicarea a cât mai mulți participanți în rezolvarea problemelor (sau înțelegerea subiectelor) expuse;
- găsirea, în comun cu alții, a soluțiilor;

- aplicarea metodelor de lucru în grup și a muncii în colaborare.

### **Competențe:**

- educarea lucrului în grup și a muncii în comun;
- dezvoltarea responsabilității personale de contribuție individuală la soluționarea unor probleme;
- experimentarea satisfacției implicării, participării și contribuției personale la o cauză comună.

### **Repere organizatorice**

Toate activitățile de organizare pre-eveniment sunt identice cu cele descrise mai sus, la Conferință – de la alegerea temei, planificare, scop, obiective, competențe, locație – la dosarul de presă, dar și activitățile post-eveniment. Diferența de conferința clasică o face doar caracterul – e mult mai interactivă prin metode noi de animație.

*NE*conferința este organizată pe panouri cu subiecte diferite care, puse la un loc, deschid și rezolvă tema generală.

### **Desfășurare**

*NE*conferința e un fel de conferință mai democratică în care fiecare participant are cuvânt, are rol, are drepturi și responsabilități. Începe cu un joc, un test, un experiment, apoi una, două sau mai multe comunicări de bază în funcție de numărul de panouri și tema aleasă. Ulterior, participanții panelurilor generează soluții, răspunsuri la temele de care sunt responsabili. Discuțiile în grup durează 60-90 min,



apoi un purtător de cuvânt prezintă rezultatele în public. Prezentările, la fel, durează 60-90 min, în funcție de numărul de participanți, de subteme. Poate fi utilizată metoda Mozaic (hotărârea aparține moderatorilor). Participanții pot prezenta direct celorlalte panouri realizările lor (această metodă economisește timpul). Pauzele sunt utilizate pentru destinderea și energizarea participanților și a grupurilor. După prezentări sunt trase concluziile generale de 30-60 minute. Sugestiile, propunerile sunt contabilizate și discutate, sunt selectate activitățile concrete care vor fi incluse în planul instituțional. În cazul în care NEconferința este organizată pe teme ca *incluziune socială, dezvoltare comunitară sau general-culturale*, concluziile sunt expediate instituțiilor coordonatoare ale acestor domenii: Ministerului Educației, Culturii și Cercetării, Ministerului Sănătății, Muncii și Protecției Sociale, Primăriei, Direcțiilor specializate sau sunt publicate.

Pentru o mai bună înțelegere a metodologiei de desfășurare, exemplificăm cu Agenda NEconferinței BM din 2017:

---

### NEconferința

*Biblioteca relațională: abordare inovativă a viitorului*

Agendă

9.30 – 10.00: Înregistrarea participanților

10.00 – 10.20: Joc *Vânătoarea de oameni* (cu subtextul pe care bibliotecarii trebuie să-l intuiască)

10.30 – 10.40: Deschiderea oficială – *Cum să construim prin networking o comunitate durabilă de utilizatori și parteneri*, director general, BM „B.P. Hasdeu”

10.40 – 11.00: *De la biblioteca tranzacțională la biblioteca relațională: tranziția spre viitor o fac relațiile*, director adjunct Cercetare&Inovare

11.00 – 11.30: Pauză

11.30 – 12.00: Exercițiu: *Harta călătoriei utilizatorului în bibliotecă: momente invizibile și vizibile de relaționare.* Prezentarea hărților

12.00 – 12.30: Joc-exercițiu: Elaborarea avatarului – *Utilizator; Partener; Bibliotecar; Chișinăuian* (schițare prin manualitate cu puzzle scai)

12.30 – 13.00: Pauză

13.00 – 13.30: Prezentarea produselor

13.30 – 14.00: *Discuție facilitată.* Concluzii. Recomandări

Pe durata pauzelor va funcționa *Cabina Sincerității*; se vor desfășura momente nonformale de improvizație *Ce mai vor și ăștia? (cu implicarea unor actori din afară – clovni recunoscuți); Moderarea de pe scară*

14.00 – 14.30: Închiderea oficială a NEconferinței sub acorduri de marș.

Concluzii, totaluri, discurs de încheiere

---

## CONFERINȚĂ DE PRESĂ

Conferințele de presă sunt necesare atunci când informația care trebuie comunicată este complexă și necesită discuții pentru a fi clarificată (prezentări urmate de întrebări și răspunsuri). O conferință de presă se impune însă numai atunci când informația pe care doriți să o prezentați este cu adevărat importantă. Altfel, există riscul să fie prezenți mai mulți reprezentanți ai bibliotecii decât ziariști/jurnaliști.

**Noțiune:** *o întâlnire la care o persoană sau un grup de persoane prezintă reprezentanților din social media informații privitoare la un anumit subiect de interes științific, public sau profesional.*

**Scop:** *comunicarea prin toate canalele de informații a unor rezultate, a unor evenimente de anvergură sau sesizarea unor probleme culturale, profesionale sau societale.*

Conferința de presă este un eveniment important pentru bibliotecă, motiv pentru care pregătirea trebuie făcută cu atenție.

**Obiective:**

- comunicarea pentru mediile de informație a unui subiect de interes public;
- stabilirea zilei, orei de desfășurare;
- invitarea și atragerea cât mai multor jurnaliști/ziariști, reprezentanți ai mediilor cu cel mai înalt rating public;
- evaluarea prezenței subiectului comunicat în mediile de informații;
- dialogarea cu reprezentanții mediilor de informație pentru transmiterea mesajului, convingându-i că BM are ce comunica comunității – rezultate/realizări (științifice, profesionale, comunitare), programe, oferte, dar și probleme sesizate.

**Repere organizaționale:**

- anunțăm conferința printr-un comunicat de presă;
- stabilim lista tuturor mediilor de informare specializate în problema respectivă (de la programe culturale, comunitare, științifice). Este bine să-i anunțăm cu o săptămână înainte, astfel încât cei interesați să își poată programa participarea în avans. Un comunicat de presă mai amplu, care să cuprindă cele mai importante subiecte ce vor fi prezentate la conferință, poate fi expediat chiar în ziua desfășurării;
- programăm conferința într-un moment potrivit. De obicei, conferințele de presă sunt

organizate în zilele de marți, miercuri și joi, între orele 11.00 și 14.00. Prima și ultima zi lucrătoare ale săptămânii ar trebui, în general, evitate din simplul motiv că, în ziua de luni și vineri e greu să aduni un număr suficient de jurnaliști/ziariști (au ședințe la început sau la sfârșit de săptămână). Alegem și stabilim cu grijă ziua, ora – ziariștii trebuie să-și termine materialul pentru a intra în jurnalele de știri ale zilei respective (ora 18.00);

- verificăm dacă conferința noastră nu se desfășoară concomitent cu un alt eveniment de presă mult mai important.

### **Asigurăm logistica necesară bunei desfășurări a conferinței:**

- localul de desfășurare a conferinței de presă trebuie să fie ușor accesibil și dotat cu utilitățile necesare (spațiu suficient, prize pentru camere video, blițuri și reportofoane, scaune). În general, pot fi folosite sălile de conferință ale bibliotecii sau săli proiectate pentru acest tip de manifestări;
- pupitrul vorbitorilor va fi amplasat în așa fel încât în spatele lui să existe cât mai puține elemente de distragere a atenției (uși, ferestre, oglinzi etc.);
- amplasăm însemnele bibliotecii noastre în spațiile podiumului, astfel încât toate imaginile luate în timpul conferinței de presă să le includă automat;
- pregătim un sistem de înregistrare a prezenței jurnaliștilor la conferința de presă (nume,

- instituție, adresă, telefon, fax, e-mail). Lista va fi de un real ajutor pentru organizarea unor viitoare conferințe de presă;
- suporturile vizuale (afișe, pancarte etc.) pentru susținerea mesajului vorbit se amplasează la vedere, accentuând prezentarea verbală din timpul conferinței de presă;
  - durata conferinței trebuie să fie de la 30-45 de minute, dar nu mai mult de o oră. În caz contrar, reporterii vor începe să plece înainte de a se fi încheiat tot ceea ce ne-am propus să comunicăm.

### Dosar de presă

Pentru susținerea mesajului vorbitorilor e nevoie stringentă de un *Dosar de presă* pe care-l distribuim jurnaliștilor prezenți. *Dosarul* cuprinde (obligatoriu): comunicatul de presă, materiale informative despre problema în discuție, o prezentare a bibliotecii, realizările și planurile ei etc. Avem grijă ca materialele prezentate să fie bine redactate și structurate.

### Derulare

Conferința de presă are un moderator, care va prezenta vorbitorii, le va oferi cuvântul și va selecta ziariștii (în cazul în care vor fi foarte mulți) care vor pune întrebări; \* Prezentarea informației, a problemei sau a rezultatelor, a descoperirilor trebuie să fie scurtă, strict la subiect (10-15 minute); \* Nu vorbim prea repede, ca să nu se creeze impresia că am învățat prezentarea pe de rost; \* Trebuie să evidențiem cel puțin trei puncte-cheie caracterizate prin claritate,

concizie, convingere; \* Mesajul nostru va pierde din eficacitate dacă vom spune prea multe și, astfel, nu le vom oferi posibilitatea jurnaliștilor să pună întrebări; \* Nu repetăm și nu citim comunicatul de presă, dar venim cu informații noi; \* Începem prezentarea prin a spune de ce ne-am (i-am) convocat. Inițiem un dialog cu jurnaliștii și ținem prezentarea interactivă; \* Dacă vor urma întrebări, limităm numărul vorbitorilor, pentru a ne încadra în timpul alocat conferinței; \* Ascultăm cu atenție întrebările, nu-i întrerupem; \* Ne gândim un pic, apoi răspundem la întrebări reiterând poziția noastră; \* Nu folosim expresii de tipul „fără comentarii” sau „trebuie să înțelegeți că...”; \* După încheierea conferinței de presă identificăm ziariștii/jurnaliștii (după lista făcută în faza pregătirii) care nu au participat și le expediem *Dosarul de presă*.

### **Evaluare**

La finalul Conferinței de presă este necesară o primă evaluare a modului în care a decurs și a gradului de participare a mass-mediei. De asemenea, e importantă evaluarea aparițiilor în mass-media a informației ori a subiectului prezentat. Analizăm ce a mers, ce nu a reușit precum ne-am dorit, ce lecții am învățat din organizarea conferinței de presă și ce îmbunătățiri sunt necesare pentru conferințele viitoare.

### **COLOCVIU**

Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu” susține această formă de animație profesională, unică în

domeniu, instituită cu ani în urmă (2012). Este un eveniment anual organizat sub titlul de „Colocviile de vară ale BM”, care pune în lumină teme de interes vital legate de profesie, lectură, memorie locală, servicii și dezvoltare biblioteconomică. Colocviile reușesc mai multe forme de animație – dezbateri, lansări de carte profesională, conferințe publice, jocuri cognitive și de consolidare de grup, dar și metode nonformale ca brainstormingul, paradoxul, mash-up-ul, Open Space-ul ș.a.

Ca și Conferințele, ca Open Space-ul, Colocviile pot dura de la jumătate de zi la câteva zile. Primele ediții ale colocviilor BM durau minimum trei zile sau chiar patru-cinci. Apoi s-au restrâns până la o jumătate de zi sau câteva ore și seamănă mai mult cu o conferință, păstrându-și doar titlul de Colocvii, la plural, dar pierzându-și a doua parte a titlului – *de vară ale BM*, deși se desfășoară vara, în iulie. Nu e o greșeală, colocviile fac parte din tipologia conferințelor și evoluează ca organizare și funcționare odată cu evoluția formelor de animație sau a nonformalului.

**Noțiune:** *eveniment științific, profesional, organizat în formă de comunicare orală de grup, constituită din varii forme și metode de animație, de intervenții ale invitaților și participanților, urmate de discuții și de constatări.*

**Scop:** *dezbaterrea unor probleme propuse, a schimbului de opinii, a prezentării unor noi concepte sau metode, a unor forme de activitate, de inovații și tendințe.*

**Obiective:**

- dezbaterăa unor probleme literare, societale, culturale sau profesionale;
- stabilirea parteneriatelor cu comunitățile științifico-culturale (din care fac parte teoreticieni și practicieni);
- implicarea participanților în discuții prin expunerea opiniei asupra subiectului.

Colocviile, în funcție de formatul în care se desfășoară, dezvoltă diverse competențe generale, specifice colocviilor.

**Competențe:** de dialog civilizată, de gândire critică, de sistematizare, selectare, evaluare, generare de idei la comandă, de prezentare, de a fi purtător de cuvânt al grupului, de educare a curajului de a critica, de a-și exprima opiniile, de a se implica și contribui etc.

**Repere organizatorice**

Așa cum Colocviile sunt din familia conferințelor, acestea au aceleași repere de organizare, identice cu cele ale Conferinței și ale Open Space-ului. Modul de desfășurare este definitivat în funcție de complexitatea temei, de durata colocviilor, de complexitatea formelor și metodelor de animație alese. Mai multe afinități de desfășurare le are cu Open Space-ul.

**OPEN SPACE**

O metoda inventată de americanul Harrison Owen, experimentat organizator de conferințe cu sute și mii de participanți, cu sute de vorbitori de



top care țin prezentări importante și workshopuri relevante temei. Owen a descoperit că oamenii nu veniseră la conferință pentru lucruri „importante”, academice, ci căutau, în primul rând, să schimbe impresii și experiențe cu ceilalți participanți și, astfel, obțineau cele mai multe informații în pauzele de cafea! I-a venit ideea să organizeze conferințele în stilul pauzelor de cafea. Conferința devenea nonformală, participanții aveau aceeași valoare (comunicatorul și participantul), aveau libertatea de a decide ce vor discuta și cum vor lucra în timpul petrecut împreună, utilizând discuțiile libere, generare de idei pentru realizarea lucrurilor serioase. Această abordare permite combinarea avantajelor discuțiilor libere și concentrate din pauzele de cafea cu discuțiile orientate spre atingerea unor obiective clare.

Metoda funcționează într-o varietate de contexte: conferințe, traininguri de nivel avansat, întâlniri între specialiști, procese creative, reuniuni de planificare strategică sau negocieri internaționale. A funcționat și la BM, fiind formatul în care s-au desfășurat „Colocviile de vară” din 2019.

**Noțiune:** *conferință în alt format care dărâmă zidurile structurii clasice a acesteia și combină reușit, într-un mod democratic, avantajele discuțiilor libere cu cele orientate către atingerea unor obiective asumate.*

**Scop:** *de a democratiza și liberaliza forma tradițională de animație științifică – conferința – printr-un format interactiv cu dialoguri/discuții, cu schimb de idei și găsirea soluțiilor în moduri noi, nonformale.*

**Obiective:**

- crearea unui mediu motivațional care ar facilita creativitatea participanților;
- oferirea libertății de a decide forma, metoda pe care o aleg participanții pentru rezolvarea problemelor propuse;
- motivarea și încurajarea participanților de a se implica în discuții, de a se simți liberi și de a contribui cu idei, sugestii.

**Competențe:** dialog civilizat, gândire critică, de sistematizare, selectare, evaluare, generare de idei la comandă, de prezentare, de asumare a rolului de purtător de cuvânt al grupului, educarea curajului de a critica, de a-și exprima public opiniile.

Evenimentul de tip Open Space poate să nu aibă o temă, lăsând participanții să propună ei subiectele care îi interesează. De regulă, participanții au un anumit profil, fac parte dintr-o anumită organizație sau un tip de organizații, iar tema evenimentului se cunoaște. Discuțiile se poartă în jurul temei alese. De exemplu: avem o întrunire a bibliotecii noastre, la care vrem să schițăm idei de proiecte pentru anul următor; sau ne întâlnim cu filialele, structurile BM, pentru a discuta despre programele bibliotecii. Automat, temele propuse de participanți pentru discuțiile în grupuri mici vor fi subscrise unui obiectiv major al evenimentului profesional.

**Repere organizatorice**

Alegerea unei săli încăpătoare, mai multe spații mici sau special amenajate (dacă spațiul permite) în

care să se discute în grupuri. Open Space se poate organiza cu grupuri de la 20 până la mii de participanți, poate dura de la o jumătate de zi la câteva zile.

Amenajăm spațiul – scaune, mese (fără tribună și prezidiu), un perete mare potrivit pentru a afișa rezultatele sesiunilor; locuri special amenajate pentru lucrul în grupuri, cafea, băuturi răcoritoare; microfoane, dacă sunt necesare (spațiu mare / participanți mulți), lumină naturală, de preferat; pregătim vizualitatea Open Space-ului.

Lucrurile sunt simple în pregătirea unui Open Space. Pe un afiș scriem tema/întrebarea centrală a evenimentului, explicată simplu. De exemplu: „Ce se va întâmpla cu...” sau „Provocări, acțiuni și oportunități pentru...”. Pentru a incita gândirea, discuțiile putem oferi pliante, semne de carte în consens cu tema.

### **Desfășurare**

Facilitatorul prezintă modul de organizare și principiile de bază; propune intervalele în care se desfășoară discuțiile și, în funcție de numărul de participanți, se va estima și numărul de subiecte care poate fi propus. În cazul unui subiect complex, acesta poate fi decelat în sub-subiecte. Se specifică locul în care se va discuta subiectul respectiv. Facilitatorul lămurește rolurile pe care și le pot asuma participanții. Tot el poate hotărî dacă la finalul sesiunilor se vor prezenta rezultatele în plen sau nu. În momentul în care participanții încep să propună sugestii, idei, facilitatorul are grijă să aloce fiecărui participant timp și loc în discuția generală.

Rolul facilitatorului în desfășurarea evenimentului:

- întâmpină participanții;
- creează spațiul de lucru;
- prezintă tema;
- descrie procesul;
- enunță și explică cele *patru principii și legea celor două picioare*;
- invită oamenii să scrie și să afișeze subiectele lor de interes;
- respectă subiectele, agenda și spațiile stabilite;
- oferă ultimele instrucțiuni în plen;
- invită participanții să își aleagă subiectele și să se îndrepte către spațiile stabilite;
- pregătește reunirea în plen și concluzionarea;
- finalizează evenimentul.

Considerăm că metoda Open Space din cadrul *Colocviilor 2019* s-a produs reușit, fiindcă:

- toate subiectele au fost puse în discuție;
- toate subiectele propuse s-au discutat;
- cele mai importante idei, discuții, date, recomandări, concluzii, întrebări de aprofundat pe viitor și planuri de acțiune imediată au fost centralizate;
- rezultatele grupurilor de lucru au fost prioritizate într-un timp scurt;
- după eveniment, toate concluziile au fost puse la dispoziția întregii comunități de bibliotecari prin publicarea (sinteze de la fiecare grup de inovatori) în revista „BiblioPolis”.

BM a mai acumulat experiență din Open Space-urile pedagogilor organizate în parteneriat în incinta

bibliotecii. Ne-am convins că funcționează cel mai bine atunci când lucrăm la subiecte complexe, când oamenii și ideile implicate sunt diverse, când pasiunea pentru a ajunge la rezultate e mare și când necesitatea de a avea o finalitate este urgentă pentru a stabili pașii următori; când pasiunea se combină cu asumarea responsabilității, când energia unei pauze de cafea și caracterul de auto-organizare produce mult „zgomot” profesional și creativitate, evoluție și oferă un mod simplu și puternic de a face bibliotecarii și bibliotecile să se miște în direcția în care au nevoie cel mai mult.

De asemenea, foarte mult contează buna încheiere a evenimentului care să motiveze și să ajute participanții să înceapă implementarea acțiunilor.

Open Space este o metodă de animație prin însăși denumirea sa, metodă prin care oamenii se simt liberi să migreze, să discute și să interacționeze mai mult decât la oricare altă metodă de desfășurare a unor evenimente de relaționare cu publicul. Poate fi cu succes aplicată la conferințele literare, istorice, științifice sau în cadrul unor dezbateri pe diverse teme stringente sociale, culturale, științifice. Lumea nu acceptă să mai stea încremenită pe scaun trei-șase ore ca să asculte comunicări fără a relaționa, fără a-și expune punctul de vedere, fără a gândi critic și fără a contribui.

## IGNITE

Ignite-ul, format interactiv de prezentare, își are începuturile în Seattle, SUA, orașul lui Bill Gates (2006) și s-a extins în toate țările, constituindu-se

echipe de organizare în orașe, universități, guverne și companii, biblioteci, care au găzduit mii de evenimente. Avem și Ignite Chișinău, organizat și susținut de Tekwill. Ignite (Ignite Talks) este un eveniment în care participanții au cinci minute pentru a vorbi despre un subiect însoțit de 20 de diapozitive, expuse timp de 15 secunde fiecare, tranzitate automat. Scopul evenimentelor Ignite din întreaga lume este promovarea vorbirii publice.

Primul Ignite BM *BiblioTalks* (primul Ignite în domeniul profesional din țară) a fost organizat la aniversarea a 140-a de la fondarea bibliotecii, fiind consacrat serviciilor moderne. Cu această ocazie, BM a constituit *Ignite Hasdeu Club*, care are ca scop formarea celor mai buni vorbitori publici, bibliotecari ai BM. Ignite poate fi organizat tematic: servicii, povești de succes, rezultate științifice sau de alt fel, înregistrate de biblioteci. Pot fi organizate cu diverse ocazii – 585 de ani de la prima atestare documentară a Chișinăului cu invitați din afară (istorici, pasionați de oraș, cunoscători ai orașului etc.) și din BM; ca format de încheiere a concursului „Bătălia cărților”, a programului „Chișinăul citește”; ca demonstrare a talentelor, a hobby-urilor bibliotecarilor, a poveștilor despre cum au devenit bibliotecari etc.

**Noțiune:** *formă de conferință rapidă, dinamică, interactivă, vizuală, care se desfășoară după reguli stabilite și prezentări prin care vorbitorii demonstrează abilitățile de susținere a unui discurs.*

**Scop:** *de a face publică experiența serviciilor, rezultatelor științifice sau de altă soriginte, livrate comunității*

*chișinăuiene, oferindu-le bibliotecarilor șansa de a se produce ca vorbitori publici profesioniști.*

### **Obiective:**

- punerea în valoare a rezultatelor BM și a oamenilor care le-au realizat;
- promovarea experiențelor trăite de comunitatea chișinăuiană la BM (utilizare servicii, participare la programe, evenimente, experimente ș.a.);
- comunicarea publică a aportului BM la dezvoltarea comunitară, educarea informațională și culturală a chișinăuianului;
- promovarea activității BM prin învățarea și experimentarea vorbitului în public;
- coeziunea echipei Hasdeu, comunicând într-o atmosferă de creativitate, joc, relaxare și, de fiecare dată, antrenament.

### **Competențe:**

- construirea și transmiterea unui mesaj cu substanță, stil și impact;
- înțelegerea mai bună a provocărilor de înfruntat;
- autocunoașterea și recunoașterea personală ca vorbitor public;
- dobândirea siguranței în comunicarea publică;
- experimentarea sentimentului de satisfacție și succes personal.

La BM este respectată metodologia de desfășurare a acestui format de eveniment, dar există și câteva reguli speciale. Ca să participi la Ignite cu un discurs, trebuie să treci Cursul „Vorbitorium” pentru a forma

abilități necesare susținerii unui discurs de calitate. Scopul cursului este: *formarea bibliotecarilor BM a abilităților de comunicare în public specifice metodei Ignite pentru a-și putea comunica eficient experiența activității în comunitate și a competențelor de elaborare și creare a unui discurs eficient (timp, resurse și cuvinte puține).*

### **Obiectivele cursului:**

- formarea comunității de vorbitori publici ai BM, capabili să susțină discursuri memorabile despre activitatea pe care o desfășoară;
- obținerea cunoștințelor și abilităților necesare îmbunătățirii continue și constante a performanțelor proprii în comunicarea cu utilizatorii și comunitatea profesională;
- înțelegerea rolului de vorbitor public în activitatea profesională, rol manifestat prin acțiuni concrete de prezentare a discursurilor la evenimente Ignite, BiblioTalks, a expunerii ideilor și proiectelor în cadrul ședințelor manageriale.

BM a format 92 de vorbitori publici la Cursul „Vorbitorium” și tot atâtea discursuri format Ignite s-au produs în șapte ediții de evenimente Ignite BiblioTalks, prin care au împărtășit idei, visuri, povești, experiențe, servicii. Absolvenții acestui curs sunt bibliotecari ai BM, bibliotecari din bibliotecile publice ale SNB.

### **PUZZLE MARATON**

*Maratonul* este o probă sportivă de alergare pe distanță lungă care are loc de obicei pe o șosea. Sala



Sediului Central al Bibliotecii „B.P. Hasdeu” e pavată cu gresie ca o pistă de maraton. Puțini sunt cei care cunosc că Maraton este numele unui oraș din Grecia, unde în anul 490 î. Hr. a fost învinsă armata persană care invadase Grecia.

O legendă relatează faptul că Fidipide, un mesager atenian, a alergat distanța de 42 de kilometri de pe câmpul de luptă de la Maraton până la Atena, pentru a anunța victoria asupra perșilor. În momentul în care a ajuns, a strigat: Am învins! Evenimentul sportiv a fost numit *maraton* în cinstea acestui mesager care a adus la Atena vestea victoriei de la *Maraton* și a fost introdus în programul Jocurilor Olimpice. *Puzzle*, pentru că abordează probleme complexe, interdisciplinare; participanții se împart în grupuri (în funcție de subtematici sau de reprezentativitate); primesc fragmente de informație despre subiect de la diverși experți, instituții, entități, care reunite reprezintă imaginea de ansamblu a subiectului supus dezbaterii sau prezentării, pentru a vedea mai bine problematica subiectului; la final, participanții rezolvă/asamblează un puzzle comun (elaborat și printat dinainte), cunoscând deja multe din tematica Maratonului.

Puzzle Maraton (în continuare PM) exprimă prin definiție mișcarea, mesajul, victoria și este o metodă de animație foarte eficientă. Poate fi organizat cu utilizatorii pe orice temă, poate fi animație de final a unei campanii, a unui proiect, a unui program ca „Provocarea verii” sau poate avea caracter profesional (participanți fiind bibliotecarii). În acest ultim

caz se poate utiliza Puzzle Maraton pentru a prezenta rezultatele anului. Biblioteca „B.P. Hasdeu” a practicat această metodă complexă de animație profesională în cadrul zilelor BM cu genericul „Laborator interactiv”.

**Noțiune:** *o metodă proprie, complexă de animație, gândită, creată și testată prin combinarea a două forme utilizate separat la BM – Puzzle și Maraton, care poate fi aplicată atât în activitatea profesională, cât și în activitatea de animație cu utilizatorii.*

**Scop:** *inovarea metodelor de animație prin autoorganizare – desfășurare, elaborare discursuri, prezentări, provocări, moderare de către bibliotecari pentru bibliotecari, de către utilizatori, parteneri, voluntari pentru utilizatori.*

### **Obiective:**

- prezentarea interactivă a realizărilor științifice, a unor programe, servicii, campanii;
- delegarea responsabilității de organizare și desfășurare bibliotecarilor sau utilizatorilor, implicându-i în activitatea de animație de la stadiul de elaborare a conceptului;
- împuternicirea utilizatorilor în asumarea angajamentelor de prezentare reușită a rezultatelor unor activități la care au participat (programe, servicii, proiecte);
- asigurarea libertății de autoorganizare a conținutului, a diversității formelor de animație pentru PM;
- sporirea încrederii în forțele și capacitățile utilizatorilor și asigurarea loialității.

## Metodologia de desfășurare

Astăzi oamenii nu mai ascultă rapoarte lungi cu date și limbaj cazon. Pentru învierea situației s-a lansat Puzzle Maratonul. Metodologia s-a elaborat pentru necesitățile BM, în special pentru direcția de activitate științifică și de formare.

Participanții formează grupuri tematice – la BM au fost șase grupuri după numărul structurilor care au ca preocupare cercetarea, inovarea și știința: Secția studii și cercetări, Secția „Memoria Chișinăului”, Biblioteca Centrală, Biblioteca „Onisifor Ghibu”, Revista „BiblioPolis”, Campusul Competențelor (până în 2021 – Centrul Național de Excelență Profesională pentru Bibliotecari). Structurile prezente care și-au expus activitatea au avut numere de la 1 la 6.

Grupurile se constituie eterogen pe măsura sosirii participanților. La înregistrare, participanții primesc un număr de la 1 la 6. Fiecare memorizează numărul sau și-l lipește pe haină, pe mână, geantă etc.

La semnalul *Start Maraton!*, participanții sunt grupați pe numere (numărul unu la numărul unu și așa mai departe). Când grupurile sunt formate, numărul unu merge la grupul nr. 1, doi la 2..., cinci la 5 și așa mai departe. Grupul are 10 minute la dispoziție să prezinte rezultatele muncii/activității științifice.

După prezentările grupurilor, răspunsurile la întrebări, precizări, grupul numărul 1 merge la departamentul cu numărul doi..., șase la 1. După 10 minute se schimbă – numărul 1 la trei, 5 la doi și așa până când fiecare grup merge pe la toate departamentele, după acele ceasornicului.

Fiecare grup va primi piese de puzzle de la fiecare structură care prezintă. La sfârșitul PM grupurile vor crea puzzle-ul numit după tema aleasă; la BM a fost „Activitatea științifică a BM, anul 2017”. Grupurile se vor lupta pentru a asambla primii puzzle-ul.

Învingătorii primesc certificate haioase ca dovadă că ei cunosc activitatea științifică a BM și cota fiecărei structuri la activitatea științifică.

Participanții nu se plictisesc recurgând la această metodă de animație, deoarece este una interactivă – ei experimentează dialogul deschis, prietenos cu prezentatorii, cunosc informații și date împachetate altfel, vizual și animat: pliante, afișe, infografice, imagini, clipuri video, realizate prin diverse aplicații, cunosc și pipăie rezultatele tangibile – volume editate sau electronice, bibliografii, rapoarte, sinteze, antologii, albume, reviste, modele de cercetare, tutoriale etc., participă la o nouă formă de animație pe care ar putea să o reproducă pentru a-și diversifica și inova portofoliul de animație cu publicul sau cu bibliotecarii, iar organizatorii primesc feedback la minut, în timpul prezentării.

Puzzle Maratonul nu are moderator – evenimentul se deschide cu un cuvânt de salut al directorului sau al altui organizator și decurge de la sine, fiecare știindu-și locul, contribuția, intrarea sau ieșirea din program. Această metodă asigură autoorganizarea, dar cere o programare detaliată realizată împreună cu cei care sunt actori în acest eveniment. Cel mai indicat este să elaborăm o organigramă sau un prototip al evenimentului. Dacă e necesar, e indicat să facem și repetiție.

PM poate fi adaptat pentru orice public, orice serviciu, program sau provocare ca încheiere și prezentare a realizărilor. În acest caz poate fi moderat de bibliotecari dar pentru utilizatori, sau de parteneri, de voluntari.

**Competențele** pe care le pot dezvolta participanții în cadrul maratonului:

- reproducerea unui astfel de eveniment în activitatea lor, personalizându-l;
- sporirea încrederii în BM prin implicarea în organizarea și desfășurarea PM;
- asumarea responsabilității pentru reușita PM;
- oferirea feedbackului la minut;
- utilizarea/aplicarea diverselor forme de animație experimentate în cadrul Maratonului;
- cunoașterea rezultatelor tangibile demonstrate;
- conștientizarea simplității metodei și valoarea ei ca metodă de echipă.

Reușita organizării depinde de creativitatea noastră, de viziunea noastră asupra subiectului maratonului, asupra conceptului general al evenimentului, de tehnicile intermediare (metoda de întâmpinare, înregistrare, grupare a participanților; incursiuni haioase despre eșecuri sau reproducerea momentelor vesele sau triste, intervenția unui actor, a unui clown sau a unui grup de colegi care vor parodia activitatea științifică sau dificultatea acestei munci; intervenții muzicale neanunțate, cafea bună, răcoritoare artisanale făcute de organizatori, surprize, un final mai bun decât începutul etc.).

Poate fi utilizat ca metodă de finalizare a concursurilor sau programelor de lectură, la evenimente ca:

Zilele de informare, Zilele bibliotecii, Conferințele aniversare, Campania de educație a culturii informației, Ziua Europei, Ziua bibliografiei, Forumul formatorilor, Zilele ZEN și la alte domenii de animație cu publicul. Biblioteca Județeană „George Barițiu”, Brașov a demonstrat că *Maratonul poveștilor* e potrivit în orice situație, eveniment în care ne-au implicat și pe noi.

Acțiunile post-eveniment sunt similare cu cele de la metodele complexe de organizare și desfășurare.

## HACKATHON

**Noțiune inițială:** *un hackathon (în română hackaton) este un eveniment în care mai mulți programatori, dezvoltatori de software (designeri, manageri de proiect etc.) colaborează pentru elaborarea unui proiect.*

Cuvântul „hackathon” este un portmanteau din cuvintele „hack” și „marathon”, unde „hack” este folosit în sensul de explorare a unor idei prin programare, nu de pătrundere neautorizată într-un sistem informatic. *Portmanteau* este un cuvânt telescopat (telescopizat), uneori numit și *cuvânt-valiză* (fr. *mot-valise*). Cuvintele telescopate iau naștere atunci când între două sau mai multe concepte se stabilește o legătură puternică, frecvent întâlnită. Noțiunea de *cuvânt telescopat* a apărut mai întâi în limba engleză, în cartea *Alice în țara oglinzilor*. Am lungit explicația ca să ajung la Lewis Carroll, care a împrumutat un termen din limba franceză veche, *portmanteau* (desemnând o valiză cu două compartimente și un mantou), o reprezentare ingenioasă a fenomenului

lingvistic de alipire a două (sau mai multe) concepte diferite.

Termenul de *hackathon* a fost inventat de dezvoltatorii de softuri, reuniți în cadrul unei întâlniri la Calgary pe 4 iunie 1999, pentru a dezvolta un software criptografic. De atunci Hackathoanele au devenit foarte răspândite, fiind percepute și utilizate ca metode de dezvoltare rapidă. Mulți consideră Hackathoanele drept o metodă de socializare și explorare a unui domeniu anume, în care să se realizeze un proiect de calitate.

Acum, că s-a extins și în alte domenii, noțiunea de Hackaton nu se referă doar la tehnologie și soft, s-a schimbat incluzând abordarea problemelor din toate domeniile, dar dominanta definitorie a Hackathonului rămâne crearea unui produs nou, social, cultural, comunitar.

**Scop:** *crearea, elaborarea unui produs social, cultural, comunitar sau profesional, necesar bibliotecii pentru a răspunde calitativ la nevoia de informare și formare a utilizatorilor prin produse inovative.*

### **Obiective:**

- identificarea necesității unui nou produs tehnologic care poate servi la îmbunătățirea și animarea activității cu publicul, a comunicării activității bibliotecii sau creării conținutului digital;
- elaborarea unui caiet de sarcini clare, detaliate, orientate spre calitatea și funcțiile produsului dorit;
- identificarea și atragerea specialiștilor capabili să elaboreze aceste produse;

- crearea condițiilor propice muncii în echipă (specialiști dezvoltatori și specialiști ai bibliotecii) și asigurarea unui model de comunicare eficientă;
- stabilirea unor condiții clare de colaborare între bibliotecă și specialiștii care au dat curs pozitiv invitației de participare.

**Obiectivele** sunt și **repere de organizare** ale Hackatonului. Ați observat că nu sunt evidențiate competențele. Participanții la Hackaton vin cu setul lor de competențe certificate.

#### **Desfășurare:**

- prezentări despre eveniment și despre temă (1-2 sau mai multe) dacă există;
- apoi participanții propun idei și formează echipe pe baza intereselor și talentelor fiecăruia;
- începe lucrul la produs, care poate dura câteva ore sau câteva zile;
- pentru evenimente care durează mai multe zile, mesele sunt deseori rapide (pizza și băuturi energizante);
- la sfârșitul evenimentului fiecare grup își prezintă rezultatele.

Dacă Hackatonul e sub formă de concurs, juriul alege echipa câștigătoare și decernează premiile. La multe Hackatoane juriul este constituit din organizatori. Premiile pot fi uneori substanțiale, altele simbolice.

Hackatoanele au ieșit de mult din albia programării și s-au răspândit în toate domeniile, inclusiv în domeniul biblioteconomic. În funcție de scopul urmărit, Hackatoanele pot fi de mai multe tipuri:



- pentru un fel de aplicații;
- dedicate unui anumit limbaj de programare;
- pentru o anumită cauză sau scop;
- dedicate unui anumit grup demografic (femei, minorități naționale sau rasiale etc.);
- dedicate începătorilor;
- profesionale, interne în cadrul unei companii sau biblioteci, ori grupuri generale.

BM folosește acest format doar la programarea unor aplicații tehnologice sau la crearea de conținut digital. În ultimii ani, BM a acumulat o bună experiență de organizare a Hackatoanelor. În cadrul Zilelor BM, în 2019, s-a desfășurat un Hackaton public HACK4BM, ajuns la a patra ediție. Programatorii înscriși la eveniment au lucrat la un proiect de creare a unei baze de date care s-a materializat în produsul-aplicație *Evenimente, programe, servicii BM*, prin care prezentăm comunității chișinăuene toate evenimentele, serviciile, programele derulate în rețea.

Hackatoanele, după cum am exemplificat mai sus, pot fi organizate în orice domeniu, inclusiv în cel social sau cultural; ele pot fi organizate ori de câte ori avem nevoie să rezolvăm o problemă pe care n-o putem depăși din lipsă de capacitate umană, conceptuală sau financiară. Poate fi pregătit pentru utilizatorii bibliotecii, astfel implicându-i, de exemplu, în crearea conținutului digital. Fiecare filială poate găsi 10 utilizatori care ar contribui cu competența și expertiza lor la rezolvarea unor probleme în privința cărora bibliotecarii se simt vulnerabili.

## TALCIOC

Talciocul, formă de animație pur coroborativă, bazată pe autoorganizare inventată special pentru evenimentul-sinteză „Rezultatele activității științifice 2018: suport teoretic și experimental procesului de implementare a inovației la BM”. Talciocul științific s-a desfășurat sub semnul timpului, marcând trecerea unui an științific și aducând trecutul, prezentul și viitorul bibliotecii laolaltă prin rezultatele înregistrate în 2018. Conceptul evenimentului ne-a permis să le integrăm într-un format de *Turn Babel*, dar într-un ritm coerent, care ne-a ajutat să înțelegem ce am reușit în 2018, ce am devenit și cum am ajuns unde suntem.

**Noțiune:** *eveniment de reuniune profesională (sau cu utilizatorii) pentru a celebra în comun succesele altfel.*

**Scop:** *scoaterea la lumină a faptelor, rezultatelor, evenimentelor, experimentelor de comunicare științifică care să ajute bibliotecarii să devină mai profesioniști și să se manifeste mai inventiv, mai coeziv, mai pasional, mai inteligent și mai creativ.*

### Obiective:

- organizarea unui eveniment memorabil de promovare și comunicare a științei prin caracter și format inedit;
- crearea unui spațiu coroborativ, cognitiv, experiențial, interactiv, a stării pozitive induse publicului prin conceptul de autoorganizare;
- identificarea unui șir de caracteristici definitorii ale Echipei Hasdeu, unite printr-o idee;

- demonstrarea supoziției setate că succesul evenimentului e previzibil atunci când oamenii se implică;
- instituirea unor insigne și titluri de cercetător, formator, povestaș, orator, inovator al anului.

Evenimentul a fost gândit ca o platformă de învățare interactivă și experiențială. Așa au perceput-o și participanții – atât de repede circulau ideile, rezultatele, informația, cunoașterea, schimbul de opinii, de experiențe, încât aceștia și-au făcut o opinie comună, colectivă față de eveniment. Orice element al Talciocului era instructiv.

Participanții obțin următoarele **competențe**:

- cunoașterea unor metode noi de expunere a unui subiect;
- cunoașterea metodologiei de organizare a unei forme inedite;
- experimentarea unui eveniment organizat pe principiul de liberalizare și autoorganizare (a bibliotecarilor);
- de muncă coroborativă;
- de educație civică;
- de negociere;
- de colectare a feedbackului prin metode științifice ș.a.

**Repere organizatorice:**

- alegem tema/subiectul;
- desemnăm grupul-țintă;
- elaborăm conceptul (scop, obiective, competențe, tipul evenimentului (profesional sau pentru utilizatori), formele de prezentare utilizate,

- modul de deschidere și încheiere, desemnarea responsabililor pentru fiecare segment de structură; formatul desfășurării, metodele de prezentare, data desfășurării ș.a.);
- invităm potențialii bibliotecari-organizatori sau utilizatori, potențialii parteneri-organizatori;
  - discutăm pe marginea conceptului de organizare și desfășurare a evenimentului;
  - identificăm și alegem locul de desfășurare;
  - identificăm resursele materiale necesare pentru organizare și desfășurare;
  - pregătim materialele necesare bunei desfășurări a evenimentului;
  - creăm un *Dosar de presă*;
  - trimitem invitații;
  - invităm mass-media printr-un comunicat de presă;
  - creăm un eveniment online;
  - amenajăm spațiul în funcție de scopul și obiectivele trasate (decor, elemente, tehnica necesară, lumină, microfoane, muzică etc.);
  - așteptăm oaspeții.

Formatul de Talcioac ne sugerează într-un fel metodologia desfășurării – ca un veritabil talcior, târg, bazar, Turn Babel, aglomerație, zgomot profesional, metode de cercetare originale. Noi am mers pe constituirea unor comunități autoorganizate, care reuneau oamenii după preocupări și contribuții – comunitatea cercetătorilor, comunitatea Ignite, comunitatea povestașilor (povestitorilor) ș.a. – fiecare avea buticul său, fiecare și-a dezvoltat conceptul său de aranjament al „casei”, de

prezentare și interrelaționare. Un eveniment fără reguli, dar coeziv, fără moderatori, însă coerent, care seamănă, ca stare, foarte mult cu un Talcioac veritabil.

Talcioacul ca format de eveniment poate fi organizat pe orice subiect – social, cultural, literar, profesional sau științific. Poate fi practicat cu orice grup demografic și de o anumită vârstă. Unul din scopurile evenimentului la BM a fost să prezentăm activitatea științifică a anului 2018 colegilor din rețea cu ajutorul lor. Grupul-țintă e cunoscut, dar e dificil de acoperit așteptările lor. Bibliotecarii BM sunt răsfățați cu inedit, original, surpriză, creându-și în timp o cultură a așteptării noului. Ei vin în căutarea ideilor, a modelelor, a practicilor de urmat, a formatelor noi și a tehnologiilor, dar nu neapărat asta-și doresc mereu. Ne-am convins că preferă, de fapt, complexitatea – caută și apreciază, dacă găsesc, ceva deosebit care le oferă o emoție sau o senzație. Le plac misterele, enigmele narrative care au un deznodământ, adoră evenimentele care spun o poveste familiară într-un mod nou, ingenios. Toate acestea le-a oferit Talcioacul.

## MASĂ ROTUNDĂ

**Noțiune:** *este o reuniune cu scop comunicațional, pe o temă dinainte stabilită și anunțată, în cadrul căreia participanții își prezintă punctele de vedere și dezbat probleme de interes comun.*

**Scop:** *expunerea și generalizarea opiniilor/conceptelor referitor la subiectul pus în discuție, care se construiește pe principiile brainstormingului.*

**Obiective:**

- remarcarea valorii științifice a temei date;
- interpretarea și explicarea unor noțiuni care sunt considerate de o însemnătate covârșitoare în problema abordată;
- identificarea auditoriului interesat de subiectul dat, sensibilizarea și motivarea participării.

**Competențe:**

- dezvoltarea aptitudinilor de comunicare;
- încurajarea expunerii propriilor atitudini pe marginea problemei discutate;
- învățarea întreținerii unei discuții și a dialogului civilizat.

**Repere organizatorice:**

- anunțarea în prealabil a publicului despre tema discutată;
- selectarea materialului informativ pentru organizarea mesei rotunde;
- prezentarea discursurilor (nu depășește două-trei minute);
- abordarea de către moderator a unui subiect ce suscită interes sau solicită definirea conceptelor;
- invitarea din timp a tuturor eventualilor participanți;
- elaborarea materialelor promoționale: invitații, afișe, anunț pe panoul informativ, pe blogul/pagina web a bibliotecii;
- elaborarea comunicatului de presă, plasarea pe site-ul bibliotecii;
- informarea/ invitarea mass-media.

Toți participanții vorbesc la subiect, fie că vin cu o idee nouă, fie că se pronunță în continuarea celor invocate de colegi. Discuția se încheie atunci când toți și-au exprimat punctul de vedere pe marginea problemei abordate. La finalul ședinței sunt analizate și generalizate ideile expuse.

Reușita evenimentului depinde de măiestria moderatorului de a prezenta subiectul, de a implica, încuraja și susține dialogul civilizat, de a deschide și a încheia evenimentul.

## DEZBATERE

**Noțiune:** *faptul de a dezbate; analiză amănunțită, discutare, deliberare; discuție largă asupra unei probleme de interes general; formă de activitate cognitiv-creativă structurată pe abordarea de tip pro și contra, care pune în discuție o temă pe marginea căreia este inițiată o polemică și e analizată o problemă din diferite puncte de vedere, confruntându-se diversitatea opiniilor.*

Temele discutate pot fi variate, atât din domeniul social-politic, cât și din domeniul literaturii și artei sau al științelor exacte. Dezbateră permite utilizatorilor participanți să exerseze atât abilitățile de comunicare în spațiul public, cât și gândirea critică ori argumentarea logică.

**Scop:** *abordarea unei teme, a unui subiect/fenomen din perspectiva diferitor viziuni.*

### Obiective:

- utilizarea discuțiilor ca instrument de educație a cetățeanului activ;

- dezbateră problemelor actuale (sociale, culturale etc.);
- acumularea de informații și date noi despre problemele discutate;
- promovarea colecției BM prin recomandarea resurselor informaționale disponibile la subiectul respectiv.

### Competențe:

- educarea toleranței față de diversitatea opiniilor;
- dezvoltarea capacității de analiză a problemelor controversate;
- obținerea unei imagini nedistorsionate de prejudecăți asupra unui subiect;
- emiterea judecăților folosind criterii obiective;
- cultivarea abilității de a susține o poziție, folosind argumente bazate pe dovezi, nu pe simple opinii.

Reperle organizatorice și modul de desfășurare a discuțiilor/dezbaterilor sunt identice cu cele ale Mesei rotunde.

**DEBATE – vezi p. 251.**

### CAFENEA PUBLICĂ

**Noțiune:** *este o metodă de dialog activ și relaxat, schimb de informații și găsim de soluții creative de acțiune.*

Cafeneaua publică este și o metodă foarte bună de consultare și participare la luarea deciziilor, oricare ar fi ele – de optimizare a serviciilor, de inovare



a activității, de implementare a unui program etc. Numărul participanților, al celor invitați să dezbătă, poate să fie oricât de mare (au fost organizate Cafenele, la nivel internațional, cu participarea a 1000 de persoane), dar nu mai mic de 12. BM a realizat Cafenele publice cu 25-45 de participanți, în funcție de temă și de scopul propus.

**Scop:** *dezbaterăa unui anume subiect vital și luarea unor decizii prin consultare și interacțiune umană mai mare între participanți.*

### **Obiective:**

- asigurarea unui mediu propice de stimulare a gândirii libere și creative;
- crearea unei atmosfere relaxante, pozitive care stimulează starea de bine în care oamenii lucrează eficient;
- implicarea în dialog a tuturor participanților, chiar și a celor mai timizi;
- încurajarea generării de idei și dialog;
- obținerea a cât mai multe răspunsuri, propuneri, modele și acțiuni de rezolvare a problemei/temei puse în discuție.

### **Competențe:**

- învățarea reciprocă; cunoașterea oamenilor experți în tematica discutată în cadrul Cafenelei; a colegilor care au ceva de spus pe marginea subiectului;
- dezvoltarea, prin observație, a abilităților de a dialoga în cadrul unui asemenea eveniment;

- educarea curajului de a se implica în discuții, de a-și exprima propriile opinii;
- interacționarea și generarea de idei;
- învățarea, prin participare, a unei noi metode de rezolvare a problemelor sau de dezbateră a unui subiect;
- aplicarea acestei metode în activitatea cu utilizatorii bibliotecii.

### Repere de desfășurare a Cafenelei publice

Așa cum sugerează și denumirea, o organizăm într-un spațiu de tip cafenea sau chiar într-o cafenea. Dacă are loc într-o bibliotecă, dezvoltăm un concept de amenajare și pavoazare a spațiilor încât să semene cât mai mult cu o cafenea. Cooperarea oamenilor pentru a dezbate civilizată și democratic problemele instituționale sau literare, sociale, culturale este avantajul evident al folosirii acestei metode.

În cadrul Cafenelei participanții sunt așezați la mese a câte patru-cinci persoane, la fiecare masă dezbătându-se un aspect al problemei în discuție și, evident, servindu-se cafea, ceai, dulciuri care stimulează gândirea. Subiectele de discuție de la fiecare masă rămân aceleași pe toată durata Cafenelei.

La fiecare masă unul dintre participanți are rol de „gazdă”. După o primă rundă de 20-30 de minute, participanții se mută la alte mese, unde vor dezbate subiectele respective, în timp ce gazdele rămân la mesele inițiale pe toată durata Cafenelei. Gazda introduce nou-veniții în conversație și are grijă ca dialogul să se desfășoare în mod logic și constructiv. Numărul de runde depinde de mărimea grupului,

dar astfel încât întregul proces să nu dureze mai mult de 3-4 ore. La final se poate organiza o sesiune de dezbateri cu întregul grup pentru a împărtăși concluziile și a ajunge la un plan de acțiune comun.

### **Repere de organizare**

Stabilim tema de discuție din cadrul Cafenelei și subiectele de conversație. Evident, tema Cafenelei reiese din scopul pentru care biblioteca dorește să organizeze. Scopul poate să fie: identificarea celor mai bune soluții pentru inovarea serviciilor; stabilirea de direcții de dezvoltare a orașului; identificarea celor mai bune soluții pentru atragerea chișinăuieților la bibliotecă; identificarea metodelor de educație civică a tinerilor sau oricare altă temă de interes comunitar. Important este ca tema Cafenelei să fie foarte clară atât pentru organizatori, cât și pentru participanți. Teme bune pentru o Cafenea publică pot fi: un proiect de lege; un plan de dezvoltare; facilități pentru utilizatori; educația STEAM; servicii pentru grupuri socioprofesionale care nu utilizează biblioteca; atragerea și implicarea tinerilor în activitatea bibliotecii, autism etc.

Subiectele de conversație pentru fiecare grup sunt aspecte care se desprind din tema Cafenelei. Ele pot fi lansate și sub formă de întrebări. Acestea trebuie să stimuleze creativitatea, să fie semnificative; să fie simple și clare; să fie provocatoare; să invite la reflecție.

Identificăm invitații potriviți. La o Cafenea publică pot participa atâtea persoane cât ne permite spațiul. O listă bună de invitați presupune persoane care:

- cunosc subiectul ce urmează a fi dezbătut – convențional sau neconvențional;
- sunt afectate de problematica respectivă;
- au experiență în tematica respectivă;
- pot să influențeze.

La întocmirea listei de invitați folosim imaginația, „ieșim din cutie”. Nu ne oprim la primele persoane care ne vin în minte. Este important ca la o Cafenea publică să participe persoane care pot să vină cu idei inovatoare, care să poată privi problema dintr-o multitudine de puncte de vedere. Cu cât experiențele participanților sunt mai variate, cu atât dialogul și ideile generate pot să fie mai valoroase.

Organizăm spațiul de discuții. Acesta trebuie să fie cât mai asemănător cu spațiul unei cafenele. Creăm o ambianță caldă și primitoare, alegem un spațiu cu lumină naturală, cu scaune confortabile. Punem muzică pe fundal. Pe mese – fețe de masă ca la cafenea, hârtie de flipchart pentru ca gazda să poată nota ideile (nu se recomandă să se ia notițe în caiet, deoarece se pierde atmosfera informală).

Un scenariu de desfășurare:

- întâmpinarea/ înregistrarea participanților – o masă de recepție unde înregistrezi și datele de contact ale participanților și poți distribui agenda sau alte materiale;
- deschiderea evenimentului. Gazda explică scopul adunării și cum se vor desfășura discuțiile (probabil mulți participanți nu sunt familiarizați cu formatul). Eventual, au loc și alte scurte intervenții (una-două, nu mai mult de două-trei minute fiecare, pentru a nu se transforma în

dezbateri). Aceste luări de cuvânt au rolul de a incita la discuții, după cum ar trebui să se întâmple într-o Cafenea, să elucideze scopul urmărit și ce urmează să se întâmple cu rezultatele. Poate fi făcută o scurtă trecere în revistă a participanților;

- distribuirea explicațiilor referitor la modul cum se vor desfășura conversațiile – fie ca agendă a evenimentului, fie ca explicație mai detaliată a Cafenelei publice;
- derularea sesiunilor de dezbateri – de obicei, trei runde este numărul confortabil pentru participanți;
- închiderea Cafenelei. Moderatorul /organizatorul Cafenelei invită gazdele meselor să prezinte rezumatul a ceea ce s-a discutat. Acesta este un moment foarte important pentru a unifica rezultatele de la mese și a crea o imagine de ansamblu. De aceea, este important ca facilitatorul Cafenelei nu doar să fie familiarizat cu subiectul dezbătut, dar să aibă și capacitatea de a sintetiza și de a integra rezultatele de la mese pentru a pune în valoare ideile colectate. Tot moderatorul trebuie să indice cum urmează să fie valorificate aceste idei.

### **Post-eveniment**

O Cafenea publică trebuie să dea un rezultat final vizibil, palpabil. Acțiunile de după eveniment sunt generate de scopul pe care l-a avut organizarea discuțiilor. Dacă scopul a fost stabilirea de direcții de dezvoltare a orașului, atunci ideile exprimate ar

trebui să ajungă pe masa primarului; dacă scopul a fost identificarea celor mai bune soluții pentru atragerea chișinăuienilor, atunci ideile exprimate ar trebui să ajungă pe masa directorului general al bibliotecii; dacă scopul Cafenelei a fost identificarea metodelor de educație civică a tinerilor, atunci ideile obținute trebuie să ajungă la Direcția tineret a autorității locale, la directorul bibliotecii, diseminate ONG-urilor cu profil de activitate pentru tineri sau ale tinerilor; dacă scopul este oricare altă temă de interes comunitar, atunci ideile merg către consiliul local și primar. După eveniment participanții sunt informați despre rezultate. Un rezumat al discuțiilor, dar și informații privitoare la evoluția ulterioară a demersurilor noastre le putem expedia, utilizând datele de contact notate la înregistrarea participanților.

Un scenariu de desfășurare a unei Cafenele publice:

---

#### CAFENEAUA PUBLICĂ

„Transformăm serviciile”

9.45 – 10.00 Întâmpinarea, înregistrarea și ghidarea/însoțirea participanților

10.00 – 10.10 Deschidere. Cuvânt de salut – director general, director adjunct, alte persoane cu funcții administrative

10.10 – 10.25 Introducere. Argument

10.25 – 11.30 Facilitatorul-șef al Cafenelei explică metodologia desfășurării activității.

Moderatorii facilitează discuția după setul prestabilit de întrebări. Prezintă concluziile.

Participanții se schimbă pe diagonală (după acele ceasornicului sau după soare) cu mesele. Facilitatorii /gazdele rămân pe loc la mesele lor. Durata discuțiilor, la fiecare masă, e de 15 minute.

11.30 – 11.45 (1) Moderatorii se retrag și pregătesc prezentările cu rezultatele discuțiilor din grupuri pe marginea subiectului abordat. Dacă la elaborarea prezentării – slide, infografic, prezi, smile-box – au nevoie de ajutor, apelează la grup. (2) Participanții rămân la mesele la care au lucrat și completează prezentarea lor cu recomandările și sugestiile oferite de cei patru moderatori.

11.45 – 12.15 Moderatorii prezintă rezultatele comune ale discuțiilor din grupuri. Recomandări. Acțiuni

12.15 – 12.30 Concluzii

12.30 – 12.45 Feedback, poză de grup

Moderatorii de grup vor avea la îndemână întrebările pre-stabilite pentru discuții, care vor fi anexate programului.

Lista cu sugestii, recomandări și acțiuni se trimite directorului general, coordonatorului direcției servicii, colegilor manageri, tuturor participanților.

## BIBLIOGRAFIE VIE (Living bibliography)

**Noțiune:** *o metodă, asemănătoare expoziției vii, de animație activă a relației dintre public, personalitatea bibliografiată și echipa de autori, conferindu-i mișcare, puls și suflet.*

**Scop:** *reinventarea unei forme tradiționale, vechi de premieră /lansare a unui studiu bibliografic prin transpunerea participanților în laboratorul bibliografic, în procesul elaborării unei bibliografii.*

Bibliografia vie poate fi eveniment aparte (consecrată unui autor, unui bibliograf, unui volum de bibliografie) de comunicare a rezultatelor de cercetare bibliografică și poate fi desfășurat oriunde în spațiul public (biblioteci, teatre, librării, școli, străzi, parcuri), la acțiuni comunitare sau la oricare activitate complexă, ca de exemplu: *Târguri de servicii, Târguri de inovații, Târguri de carte, Biblioteca Altfel, Festivaluri literare, reuniuni profesionale etc.*

**Obiective:**

- diversificarea animației bibliografice, utilizând forme adaptate sau inventate;
- punerea în valoare a publicațiilor bibliografice ale BM;
- sporirea vizibilității muncii de cercetare la BM;
- promovarea imaginii BM ca instituție expert în bibliografie.

**Competențe:**

- experimentarea participării la o activitate în format inedit și interactiv;
- cunoașterea unei metode de promovare animată a unui produs, a unei cercetări;
- învățarea unei metode pe care participanții o pot replica;
- dialogarea cu exponatele vii, cu cartea vie.

**Repere organizatorice:**

1. Alegem suportul (exponatele) prin care vom reda publicului o stare de laborator de cercetare bibliografică sau laboratorul de lucru al unui scriitor, al unui om de știință care include: bibliografia (volumul de referință) și artefactele care se înscriu în tematică (un fișier vechi, o mașină de scris, călimară, toc, peniță, creioane, foi dactilografiate, ciorne; un laptop sau o tabletă, telefon etc. (care ar accentua tema, dacă e o bibliografie tematică, sau ar reda/constitui laboratorul de lucru al protagonistului sau al bibliografului).



2. Convenim cu protagonistul bibliografiat, cu bibliograful/autorul volumului bibliografic sau cu echipa de autori, în cazul în care sunt mai mulți autori sau e o lucrare colectivă, asupra modului de desfășurare; invităm critici care au recenzat opera bibliografiată, oameni care au scris despre protagonist, prieteni, care pot interveni cu scurte incursiuni referitoare la viața și activitatea lui, care sunt la fel, expodate, dar vii.
3. Decidem asupra tehnicii și modului de exprimare potrivit (ex., desen, pictură, caricatură, fotografie, poveste digitală, prezi, ppt, Pecha-kucha, citate, referințe la activitatea protagonistului sau despre el ca personalitate etc.) pentru a transmite publicului conținutul volumului, portretul protagonistului într-o manieră coerentă, printr-o vizualizare scurtă, dar creativă, interactivă și inovatoare.
4. Ca și în cazul Expoziției vii, spațiul în care se desfășoară evenimentul devine scena unui dialog între participanți și expodate (autor, bibliograf, critici/recenzenți, admiratori); autorul povestește cum a lucrat, cu referire la procesele de cercetare/bibliografiere, rezultate, despre cheile de acces la conținut (indexuri), interrelația cu protagonistul în procesul cercetării; protagonistul povestește despre experiența de a fi bibliografiat.
5. Invitații, participanții devin expodate, dacă vorbesc despre autor sau volumul bibliografic. În acest caz, ei intră în spațiul expozițional (pe

- scenă sau într-un spațiu vizual) bine delimitat de public.
6. Expoziția bibliografiei, cu exponate vii, nu poate fi aranjată pe raftul-șevalet tradițional de expoziții. Un astfel de eveniment cere spații deschise cum ar fi sălile de lectură amenajate creativ, în care să se producă sinergic omul, cartea, tehnologia, scoțând în evidență o personalitate creativă, procesele de cercetare bibliografică, promovând rezultatele muncii de cercetare/documentare ale unui autor, ale unei echipe, ale unei biblioteci.
  7. Durata evenimentului – 45-50 de minute, o oră academică.

### **Bibliografie vie, pentru că:**

1. Bibliografia vie este o metodă interactivă care ne permite să animăm activitățile preconizate la Zilele de informare, la Ziua bibliografiei, în cadrul conferințelor, colocviilor, simpoziunilor științifice; ca lansare a bibliografiei, foarte indicat e să o facem mai atractivă, mai dinamică; s-o folosim la aniversarea unor personalități; ca activități de *Ziua științei*, să punem accent pe aspectul ei științific; ca metodă de lansare a bibliografiei, să accentuăm mai pregnant munca de cercetare bibliografică (documentare, procese, interacțiuni, conexiuni, chei), pentru că de cele mai multe ori se vorbește doar despre protagonist, iar contribuția autorului/bibliotecii nu întotdeauna încapă în economia evenimentului de lansare.

2. Așa cum Bibliografia vie e înrudită cu Expoziția vie care, la rândul-i, provine de la „Exponatul însuflețit”, metoda ne dă posibilitate să echilibrăm componentele unei lansări sau comemorări în părți egale: „exponat viu” – participant, pentru că are rol de „exponat” însuflețit și poate fi luat la întrebări, provocat la confesiuni atât protagonistul, cât și autorul bibliografiei, devenind mai interesantă pentru public, devenind „Living Bibliography”.
3. O mai putem folosi atunci când predăm bibliografia studenților, ca metodă nonformală care le-ar permite să înțeleagă mai bine ce înseamnă cercetarea bibliografică, încurajând și provocând studenții la acest proces științific.
4. Interesantă și utilă ca metodă la educarea „Culturii informației” pentru a conferi mai mult suflet și interactivitate instrumentelor bibliografice pe care le prezentăm utilizatorilor noștri.
5. Pentru a încuraja bibliotecarii să prezeve capsule de memorie tipărită (vegetală, cum spunea Umberto Eco) și digitală.
6. Pentru a susține practica și a diversifica metodele noi, interactive de promovare a produselor bibliotecii.
7. Pentru a organiza mai atractiv, mai interactiv și mai animat activitățile.
8. Pentru a oferi o experiență inedită, interactivă de cunoaștere, învățare și informare.

## Desfășurare

Reușita acestei metode depinde de pasiunea, interesul, responsabilitatea și creativitatea bibliotecarului. Nu este o metodă rigidă, poate fi modificată, pot fi adăugate elemente noi, altele evitate, adăugate artefacte în funcție de protagonist, de aria lui de activitate (poet, biolog, coregraf sau muzician) etc. Unica constantă este prezența volumului de bibliografie, a autorului bibliografiei și a protagonistului bibliografiat.

Fiecare eveniment Bibliografie vie va fi altfel, va purta amprenta autorului, protagonistului, invitațiilor, spațiului și a participanților, care de fiecare dată vor fi alții.

Promovarea pre-eveniment, în timpul evenimentului și post-eveniment e similară celorlalte forme de animație științifică descrise în acest capitol.

Știința, cercetarea, instruirea sunt permanent pe agenda BM. În bibliotecile publice există o prejudecată care se rezumă adesea la părerea eronată că știința nu e pentru noi. Dar cercetarea și știința nu cer robă de academician. Cum spunea dr. Alexe Rău, cu referire la o lucrare elaborată de BM, *știința în biblioteconomie vine din praxiologie*. Din practica vieții profesionale.

Comunicarea științei astăzi îmbină armonios formele și metodele tradiționale cu metodele inovative. Drept rezultat – câștigă știința și utilizatorul.

## CAPITOLUL II

### ANIMAȚIA LITERARĂ ȘI A LECTURII

Atelier de creație literară	Medalion literar
Atelier de scriere creativă	Oră de lectură
Atelier de lectură	Ora poveștilor
Biblioteca vine la tine cu prieteni	Prezentare de carte
Booktrailer	Program de lectură
Cenaclu literar	Recomandare de carte
Club literar	Salon de lectură
Concurs literar	Să reauzim povestea
Conferință literară	Seară literară
Întâlnire cu scriitorii	Spectacol literar
Lansare de carte	Teatru de lectură
Lecturi aperitive	Voi stați acasă, noi povestim
Lecturi cu voce tare	Vreau să-mi citești

#### CONFERINȚĂ LITERARĂ

**Noțiune:** *este o formă de comunicare literară și culturală dinamică, în cadrul căreia publicul cititor are ocazia de a cunoaște activitatea literară și civică a unui scriitor, de a discuta pe viu cu un scriitor, cu un om de cultură și de a participa la un dialog între invitat și cei prezenți.*

Conferința poate fi organizată atât pentru un auditoriu eterogen, cât și pentru anumite grupuri de cititori (adolescenți, adulți, alolingvi, persoane cu cerințe speciale sau grupuri profesionale). Conferințele literare pot fi și tematice, consacrate unui subiect, gen, fenomen literar, tendințe literare etc.: „Poezia basarabeană în perioada realismului sovietic”; „Literatura durerii (deportările în literatura basarabeană)”; „Proza optzeciștilor”, „Literatura de debut”, „Science fiction-ul basarabean” etc.

Modul în care se desfășoară Conferința și provocările la discuții directe contribuie la sporirea imaginii bibliotecii, valorificarea resurselor literare, favorizând, implicit, atragerea noilor cititori.

**Scop:** *abordarea unei teme din domeniul literaturii cu intenția de a informa, de a instrui, cooptând publicul interesat de procesele, fenomenele, personalitățile literare pentru aprecieri, omagieri, diversificând și încurajând opiniile, declanșând discuții pe marginea operei unui scriitor, unui subiect și incitând interesul pentru lectură a cât mai mulți chișinăuieni.*

### **Obiective:**

- promovarea operelor, a activității scriitorilor locali și universal, a unor tendințe literare, a unor fenomene literare locale sau evenimente literare omagiale;
- dezvoltarea și susținerea intereselor de lectură ale chișinăuienilor;
- incitarea dorinței de a citi și alte opere ale autorului sau despre subiectul discutat;
- ghidarea și dezvoltarea preferințelor de lectură ale publicului bazate pe valoare artistică;
- crearea unei atmosfere favorabile discuțiilor și schimbului de opinii între participanți și invitați.

### **Competențe:**

- educarea unei culturi literare prin cunoașterea scriitorilor, a literaturii și a fenomenelor literare;
- formarea abilităților de a distinge și a alege lecturi de valoare;
- dezvoltarea gândirii critice;

- formarea deprinderilor de comunicare în public cu personalități literare – scriitori, critici literari, editori, graficieni (ilustratori) de carte.

### Repere organizatorice

Multe din repere sunt similare cu cele ale Conferințelor științifice, ale Simpozioanelor (vezi paginile 38, 43):

- desemnăm persoana sau echipa responsabilă de organizare;
- selectăm opera, autorul sau tema;
- planificăm desfășurarea conferinței (scop, obiective, competențe, subiectul, protagonistul, invitații conferinței, stabilirea datei și duratei de desfășurare);
- identificăm un public preocupat de subiectul Conferinței și cu interese comune de lectură;
- identificăm vorbitorii-experti în domeniu, critici literari, editori, bibliotecari, cititori;
- expediem invitații vorbitorilor identificați cu indicarea temei, datei, orei și locului desfășurării și cu reguli de prezentare a textului;
- obținem confirmarea participării și indicarea formei de prezentare a comunicării: oral sau poster etc.;
- alegem locul desfășurării (Conferințele, ca și Simpozioanele, pot fi organizate în bibliotecă sau în alte localuri – școli, universități, palate de cultură, centre private), în funcție de subiect, număr de participanți și tip de conferință (aniversară, omagială ș.a.);

- elaborăm materiale promoționale pentru participanți și pentru a disemina informații despre eveniment și despre subiectul conferinței în comunitate;
- invităm mass-media.

Desfășurarea Conferinței, activitatea post-eveniment vezi la p. 42.

## ÎNTÂLNIRE CU SCRITORII

**Noțiune:** *eveniment-prilej de promovare a unui scriitor, a unei opere, a recunoștinței și admirației față de creația unei personalități a vieții literare.*

Întâlnirile cu scriitorii au un caracter cognitiv, cultural și educativ, cultivă interesul pentru literatură, contribuie la dezvoltarea simțului artistic și provoacă interes pentru lectură, pentru studierea literaturii, dar și pentru orientarea către profesia de scriitor, îndeosebi a tinerilor care sunt creativi și în căutare de repere.

Întâlnirile oferă cititorilor BM ocazia de a cunoaște și de a discuta pe viu cu un scriitor consacrat sau debutant, iar scriitorul are ocazia de a sta față-n-față cu cititorul său, pentru a-i afla gusturile culturale, așteptările literare, pasiunile.

**Scop:** *promovarea creației scriitorului cu intenția de a obține o sinceră confesiune print-un viu și dinamic dialog cu cititorii și potențialii cititori.*

### Obiective:

- facilitarea comunicării sincere: cititor – scriitor și invers;



- oferirea posibilității publicului de a se pronunța asupra operei sau a biografiei de creație a scriitorului;
- crearea unui spațiu și a unei ambianțe care asigură o polemică prietenoasă a participantului cu autorul pe marginea procesului și a tainelor scrisului;
- animarea virtuoză a procesului de desfășurare pentru a asigura reușita evenimentului.

### **Competențe:**

- cunoașterea procesului literar, a stilului unui scriitor;
- formarea opiniilor proprii și exprimarea pe marginea operei literare;
- dezvoltarea abilităților de a polemiza pe teme literare;
- formarea și dezvoltarea personală prin exemple și prin lecturi.

### **Repere organizatorice:**

- desemnăm persoana responsabilă de organizare;
- identificăm moderatorul (un bibliotecar sau un conducător de cenaclu/club, un critic literar, un alt scriitor, un editor, un prieten al autorului care-i cunoaște opera, viața și activitatea);
- stabilim formatul și tipul de eveniment: aniversar sau comemorativ, întâlnire de suflet la cererea scriitorului sau a unui grup de cititori; dezbateri, dialog, sesiuni sau ping-pong de întrebări și răspunsuri cu scriitorul/scriitorii etc.;

- stabilim ziua și data evenimentului;
- elaborăm materiale promoționale: invitații, afișe, semne de carte, o broșură cu testimoniale de la bibliotecarii și cititorii BM; poate fi o broșură cu referințe despre autor sau una cu dedicațiile pe care le-a scris pe cărțile sale dăruite bibliotecilor;
- creăm un eveniment pe rețele sociale, promovăm prin informații pe blog, semnalăm pe platforma „Evenimente, programe, servicii” pe site-ul BM;
- informăm mass-media;
- elaborăm un *Dosar de presă*;
- identificăm publicul dornic de a afla despre viața, opera și planurile literare ale scriitorului protagonist;
- organizăm o expoziție creativă, inedită despre viața și opera eroului întâlnirii.

### Desfășurare

Modul de desfășurare e identic cu cel al evenimentelor cu moderator, precum Conferința și Colocviul. Sunt însă foarte ludice. Programul unei întâlniri cu scriitorii include multe elemente și forme ludice de activitate. Reușita o asigură tandemul: moderator – scriitor. Exemplul lui Iulian Filip: orice concept de eveniment sau de scenariu nu am face (împreună cu el), nu-i bătut în cuie. La un moment dat, chiar dacă există un bun moderator, Iulian Filip, un creativ și bun animator, foarte subtil îndreaptă atenția la ce i se pare că-i mai bine și, astfel, evenimentul este construit și improvizat din mers.

Scriitorul poate fi el însuși moderator, dar la o întâlnire de întrebări și răspunsuri.

Întâlnirile cu scriitorii sunt mai atractive și mai eficiente prin alternarea monologului cu muzica, poezia, cu bucăți scurte de text citite de către bibliotecar, moderator, autor, cititor, actor; cu dans și cu ilustrare (opere de artă plastică, de exemplu). Va spori interesul și valoarea evenimentului invitarea unui artist plastic, care face portrete sau șarje haioase scriitorilor și participanților activi în polemici cu scriitorul, astfel motivând și încurajând implicarea în dialogul cu scriitorul și asigurând un caracter interactiv evenimentului; un clovn care creează starea irepetabilă de bine ș.a.

Formatele de desfășurare depind de scriitor, bibliotecă, de public și pot fi: o sesiune de întrebări și răspunsuri (Iurie Colesnic); un spectacol (Constantin Dragomir – el moderator, el scriitor, el declamator, el artist!), monolog (Spiridon Vangheli); „cumințenia pământului” cu zâmbet (Vasile Romanciuc); un Open Space, o Cafenea literară, un Teatru de improvizație (toate trei, Iulian Filip); o ședință a unui Club: „De-ale scriitorilor” (Biblioteca Centrală), o ședință consacrată unui scriitor la „Ceainicul galben” – „Желтый чайник” („M. Lomonosov”) sau la „Vinerea poezilor” („O. Ghibu”); o ședință a Cenaclului „Ceaiul de la ora 4” de la „Transilvania”.

Ca formă de animație cu publicul, Întâlnirea cu scriitorii este una eficientă pentru scriitor și pentru public. Ca denumire nu e atractivă, e arhaică. În trecut utilizatorul de evenimente, cititorul nu

acorda atenție denumirii – era obligat să meargă în mod organizat la bibliotecă. Multe s-au schimbat de atunci. Cititorul nostru chișinăuian este răsfațat cu o multitudine de evenimente teatrale (aproso, teatrele fac „întâlniri cu scriitorii”, dar le intitulează altfel și le organizează mai creativ), filmografice, de divertisment, jocuri, expoziții, lansări de carte (la teatru, cinematograf, în cafenele, librării). Avem și noi unele exemple de revigorare a acestei forme de activitate la: Biblioteca Centrală, „Onisifor Ghibu”, „M. Lomonosov”, „Ițic Mangher”, „Transilvania”, CAIE, „Târgoviște”, „Liviu Rebreanu”. Întâlnirile, ca formă de activitate, pot fi organizate ca servicii sau programe. Exemplificăm: „De-ale scriitorilor” (BC) e un serviciu – forma de animație e Întâlniri cu scriitorii. Ar trebui să fie întâi denumirea serviciului care anunță că e întâlnire cu Mihai Poiată, Dumitru Crudu sau Emilian Galaicu-Păun. Ca să fie serviciu sau program trebuie să aibă o periodicitate, trebuie să se organizeze anual, minimum șase întâlniri cu scriitorii. Dacă anual se produc una sau două întâlniri, atunci îi dăm un titlu îmbietor, de exemplu „Confesiunile unui visător” (găsiți o altă caracteristică ce definește scriitorul). După generic, menționăm forma (întâlnire cu scriitorul (numele)). Un exemplu ar fi „*Poetul cuminte*. Întâlnire cu Vasile Romanciuc”.

Recomandăm organizarea acestor Întâlniri cu scriitorii mai atractive, încă din faza incipientă a elaborării conceptului – printr-un titlu foarte captivant și prin sistematizarea lor într-un program de lectură.

## BIBLIOTECA VINE LA TINE CU PRIETENI

E o variantă de întâlnire cu scriitori sau personalități ale culturii pentru copiii cu dizabilități.

**Noțiune:** *o formă de externalizare a serviciilor de animație, prin deplasare sistemică a bibliotecarului pe teren cu informații, cărți și prieteni (scriitori, pictori, ziariști etc.) Lansată de Biblioteca „Alba Iulia”, în 2003, încetățenită în cultura BM ca formă de animație extramuros.*

**Scop:** *asigurarea accesului la lectură, informație, la comunicare interactivă și animația culturală în exteriorul bibliotecii pentru grupuri socio-demografice cu vederea slabă sau alte deficiențe locomotorii.*

Annual, la Biblioteca „Alba Iulia” se organizează circa 70 de activități extramuros, la care participă aproximativ 2000 de copii și cadre didactice.

E o modalitate reușită de a răspunde la necesitățile de lectură ale elevilor și profesorilor de la instituțiile specializate pentru persoane cu deficiențe și dezavantaje sociale sau pentru alt contingent defavorizat.

Acest program funcționează, sub numele *Biblioteca vine la tine*, și la Biblioteca „Transilvania”.

Eficient activează această formă de ajungere la cei care nu se pot deplasa la Biblioteca „I. Mangher”, orientată către persoane înaintate în vârstă cu deficiențe fizice, senzoriale și de vâz, iar scopul este *de a organiza interesant și captivant răgazul acestor persoane – familiarizarea celor de vârstă a treia cu valorile literare, culturale și universale, antrenarea lor în viața spirituală și culturală a comunității.* Formele utilizate sunt din cele mai diverse – lectură, discuții, recomandări de carte, teatru – așa cum nu pot

să viziteze biblioteca și alte spații sau locuri, le sunt oferite excursii virtuale.

## LANSARE DE CARTE

**Noțiune:** *promovarea noutăților editoriale prin aducerea în atenția publicului a unei creații literare, artistice, istorice, științifice, recent scoasă de sub tipar.*

**Scop:** *prezentarea și recomandarea cititorului a unei cărți de valoare, dezvoltând, totodată, și consolidând parteneriatul cvadrilateral bibliotecă – editură – autor – cititor în promovarea noutăților editoriale și ținând chișinăuiianul la curent cu ce se întâmplă în sectorul creație-editare.*

### Obiective:

- educarea publicului, consolidând afirmația că biblioteca este instituția expertă în recomandarea cărților de valoare;
- informarea utilizatorilor despre o apariție editorială recentă;
- evaluarea volumului lansat sub aspectul conținutului, valorii, ținutei grafice și tipografice;
- recomandarea de a lectura cartea lansată, scoțând în evidență calitățile deosebite ale acesteia;
- obținerea unui exemplar cu autograful autorului pentru colecția „Cărți cu autograf și dedicații” a BM.

### Competențe de:

- cunoaștere a metodelor de promovare, evaluare și prezentare a unei cărți;

- educare a unei culturi a informării despre nou-tățile editoriale;
- formare a abilităților de organizare a propriilor lansări;
- dialogare cu autorul, editorul, graficianul, criticul prezent la eveniment;
- formare a unei opinii proprii asupra cărții sau asupra evenimentului de lansare.

### Repere organizatorice:

- desemnăm moderatorul (bibliotecar, scriitor, editor, actor, animator invitat);
- coordonăm data și ora lansării;
- negociem prezența obligatorie a autorului; participarea reprezentanților editurii, a redactorului, lectorului, ilustratorului, machetatorului și a altor persoane care au contribuit la editarea volumului;
- oferim participanților dreptul de intervenție (în limita a 3-5 min);
- anunțăm din timp data lansării pe site-ul bibliotecii, creăm un eveniment pe rețele sociale, promovându-l zilnic pentru a informa cât mai mulți oameni;
- elaborăm și tipărim materiale promoționale: afiș, invitație, semne de carte, infografice cu alte volume editate de autor, premii, activitate civică; elaborăm un *Dosar de presă*;
- informăm și invităm reprezentanți ai mass-media;
- pregătim spațiul pentru animația programată;
- organizăm expoziție/ii – a unei cărți sau a operelor autorului, despre viața și activitatea

scriitorului; a producției editurii care a tipărit cartea;

- asigurăm un climat adecvat evenimentului de sărbătoare a cărții;
- respectăm programul lansării, coordonat cu autorul și invitații;
- planificăm timp pentru acordarea autografelor.

Lansarea de carte se practică, de cele mai multe ori, ca eveniment aparte, dar poate fi integrat ca parte de: program al cluburilor literare, al cenaclurilor, conferințelor, colocviilor, simpoziunilor, întâlnirilor cu scriitorii, dacă volumul corespunde genericului și intereselor participanților.

Poate fi spectacol, dacă autorul solicită o seară de creație. Lansarea de carte ca spectacol presupune amenajarea spațiului ca la teatru. Eroii cărții costumați prezintă secvențe din carte, implică în scenariu autorul, editorul alte persoane invitate sau participanți, cu muzică și dans, efecte audiovizuale.

O lansare academică poate fi organizată ca o dezbateră despre carte la care sunt invitați oameni de știință, care cunosc și pot reflecta asupra subiectului. Exemplul coroborativ poate servi Lansarea cărții lui Octavian Țăcu *Homo Moldovanus Sovieticus. Teorii și practici de construcție identitară în R(A) SSM (1924-1989)* (ARC, 2018) pe 5 iunie 2018, la Biblioteca „O. Ghibu”, eveniment la care a participat, *in corpore*, Institutul de Istorie al AȘM.

Forma clasică a Lansării de carte se desfășoară după următorul scenariu: cartea este prezentată de cineva dintre organizatori, vorbesc doi-trei invitați, unu-doi participanți, editorul, autorul, încheiată cu



o sesiune de autografe. Dacă e un volum literar, vorbesc unu-doi critici literari, apoi urmează schema desfășurării de mai sus.

Astăzi, în epoca noastră vizuală, autorii doresc mai mult spectacol. Acesta conferă memorabilitate și o altă percepție, una mai pozitivă a autorului și a operei lansate. În experiența BM au fost diverse abordări: lansări-conferințe, lansări-dezbateri, lansări-spectacole, lansări-show-uri, lansări-povești, lansări clasice, lansări „vii”. Metodologia evenimentului depinde de forma acceptată, de dorința autorului, de capacitatea bibliotecii și a personalului organizator să gândească lansarea într-un mod atractiv, altfel decât precedentă – una memorabilă.

Am observat, după cum am menționat mai sus, că Lansarea de carte ca eveniment editorial a migrat ușor spre alte instituții și organizații – baruri, cafenele, teatre, librării. Și iarăși, aceste instituții o fac spectaculos. Greșeala de evitat a bibliotecilor – conceptul este gândit ca lansare, dar se transformă în întâlniri cu scriitorii – durează lung și include un amalgam de alte forme de activitate, motiv pentru care lansările au ajuns să se desfășoare în librării, baruri și cafenele. De ce? Aceste instituții respectă scenariul clasic: prezentarea cărții de către moderator, se pronunță pe marginea conținutului unu-doi critici literari, un tovarăș de condei (alt scriitor), apoi vorbește autorul care are ocazia să citească un pasaj de proză sau, dacă e volum de poezie, un poem. Totul durează 45 de minute, maxim 1 oră. Bibliotecile ar trebui să-și amintească că trăim într-un secol grăbit și nici un chișinăuian n-o să ne dăruiască 2-3 ore de atenție

pentru un eveniment. Surpriza va fi prezentă prin calitatea evenimentului – invitații care vorbesc despre carte (care într-adevăr au citit cartea), autorul, cartea, iar ludicul e utilizat în maniera de moderare.

Dacă scriitorul vrea spectacol, or asta presupune implicarea multor altor forme de animație, atunci numiți acest eveniment „Spectacolul unei cărți: Luna-i una, merele-s mai multe” (de exemplu) sau altcumva. La cărțile lui Iulian Filip se poate face spectacol-lansare, dar și lansare la cronometru.

### PREZENTARE DE CARTE

Fiecare epocă își are valorile sale literare, științifice, tehnice, umane. Epoca contemporană, pentru că e construită pe „umerii giganților epocilor trecute”, le actualizează, prin biblioteci, dându-le, astfel, viață valorilor altor timpuri. Prezentarea de carte vine exact în această obligație a bibliotecilor, presupunând recomandarea și familiarizarea cititorilor cu cele mai apreciate opere sau valorificarea celor pe nedrept uitate; reactualizarea scrierilor unui autor, a unui volum tematic convergent unei date remarcabile sau comemorative etc.; prezentarea celor mai bune volume din anii precedenți intrate în colecția bibliotecii; a volumelor a căror importanță rămâne actuală și peste 10-20 de ani. Acest eveniment se realizează fără prezența autorului, editorului, poate fi caracterizat de un istoric (dacă suntem la un eveniment comemorativ) sau de un voluntar, de un bibliotecar sau de un cititor.

Prezentarea de carte se desfășoară ca o animație cu publicul de sine stătătoare sau poate fi parte

componentă a unui eveniment mai amplu, organizat de bibliotecă: Simpozion, Conferință; eveniment în cadrul serviciilor (ca *Atelierul de scriere creativă*) sau la Cenaclu, Club de lectură, Program de lectură etc., care se pretează cu tematica acțiunii în cauză. De exemplu: prezentarea unei cărți jubiliare – 145 ani de la publicarea nuvelei istorice *Răzvan și Vidra* de B.P. Hasdeu în cadrul unei conferințe despre patronul spiritual al BM, Bogdan Petriceicu Hasdeu, sau 55 ani de la publicarea romanului *Frunze de dor* de Ion Druță.

**Noțiune:** *eveniment cuprinzător prin care se recomandă și se promovează cartea, valorificând, totodată, colecția.*

**Scop:** *valorificarea, actualizarea și mediatizarea celor mai bune creații de poezie, proză, dramaturgie, publicistică, eseistică, de cărți științifice (de critică și istorie literară, monografii ale curentelor literare, ale fenomenelor și proceselor literare) etc. sau ale cărților pe nedrept uitate, ca supliment la diverse activități și ca recomandări de lectură.*

### **Obiective:**

- reactualizarea și readucerea în circuitul lecturii a certelor valori literare, culturale și științifice;
- trasarea unor „punți” între trecut și prezent prin scoaterea din anonimat a autorilor și a operelor editate cu ani în urmă, relevante prin temă sau eveniment;
- incitarea cititorilor de a lectura și alte lucrări ale scriitorului dacă prezentarea se face la o întâlnire cu scriitorii sau la un alt eveniment literar.

**Competențe:**

- extinderea orizontului de cunoaștere a unui subiect, a unei personalități, a unui eveniment;
- cunoașterea valorii colecției BM;
- educarea culturii informației și a documentării din sursă veridică;
- cunoașterea unor cărți valoroase, dar de mult uitate.

**Repere organizatorice:**

- selectăm volumul ce urmează a fi pus în atenția utilizatorilor;
- desemnăm moderatorul, de obicei – un angajat al bibliotecii, un scriitor, un om de cultură, de știință, un specialist în domeniu;
- lecturăm/relecturăm din timp volumul (de către moderator);
- informăm publicul asupra temei, conținutului de idei/mesajului cărții respective;
- prezentăm propriu-zis cartea;
- implicăm auditoriul într-o discuție captivantă;
- promovăm evenimentul pe site-ul bibliotecii, pe rețele sociale, pe panourile informative din comunitate.

Prezentarea de carte are menirea de a evidenția importanța colecției bibliotecii, în special a volumelor editate anterior, dar care nu-și pierd valoarea cultural-științifică, socială, meritând a fi reactualizate. În același timp, poate fi realizată Prezentarea unei cărți noi, conforme unei tematici abordate la o Dezbateră, Masă rotundă, la o Conferință, la un Colocviu, în cadrul unei omagieri (de exemplu, a

Iuliei Hasdeu, dacă avem o ediție rarisimă despre ea) sau în cadrul unui Spectacol. Este o activitate de animație cu publicul ce poate fi realizată integral de către bibliotecar, fără a apela la invitați speciali.

Prezentarea unei cărți poate fi un eveniment deosebit atunci când celebrăm aniversarea unei publicații. De exemplu, 200 de ani de la publicarea *Bibliei de la Sankt Petersburg* (poate fi o prezentare-conferință); 420 de ani de la scrierea piesei *Iulius Cezar* de Shakespeare (poate fi o prezentare-spectacol, să zicem, în colaborare cu teatrele, *Sonetele* lui Shakespeare, 425 de ani de la publicare (poate fi o prezentare-recital, o prezentare-concurs, o prezentare-maraton de lectură a sonetelor) etc. Dacă consultăm calendarul 2021, putem extrage peste 20 de titluri de cărți jubiliare. Nu le lăsăm ca activități singulare, le reunim într-un program de valorificare bibliologică, sub un generic (chiar dacă e tocit de vreme) – „Cărți jubiliare 2021”, „Recomandări de lectură” sau „Biblioteca recomandă”. Se poate iniția și un serviciu, „Cititorii recomandă”, dintr-un șir sau dintr-o serie de prezentări de carte realizate de cititorii bibliotecii, atrăgându-i, implicându-i și demonstrându-le, astfel, că părerea lor contează. Responsabilitatea bibliotecarului e să găsească doriți, să-i convingă să participe, să-i învețe noțiuni elementare despre o Prezentare de carte. Ar fi un serviciu cu valoare adăugată!

Astăzi lumea, cu toate atributele, diversitatea formelor, metodelor, tipologiilor și tehnologiilor, creează oportunități de a încerca și experimenta, de a născoci și inventa, de a transforma un tip de

animație dintr-o formă mică, specifică domeniului biblioteconomic, în ceva măreț, magnific, de anvergură. E nevoie doar de dorința de a impresiona, a capta, a atrage, a diferenția, a uimi, a încânta și de a oferi o nouă experiență utilizatorilor.

Tehnologia ne permite să prezentăm cărțile în format video sau audio prin diverse aplicații: *PowToon*, *Scratch*, *Benzi desenate*, *Storytelling*, *Booktrailer* ori utilizând metode nonformale precum Povești digitale, Teatrul de umbre, ajungând mai ușor la un auditoriu mai mare. Pot fi utilizate ca elemente video în cadrul conferințelor, colocviilor, cluburilor, serviciilor care se desfășoară la bibliotecă, la evenimente comunitare sau profesionale. Conferința BM 2020 a demonstrat că bibliotecarii le cunosc, dar le aplică foarte rar. Motivul e lipsa timpului, zic bibliotecarii. Dacă Povești digitale, Benzi desenate sunt foarte des utilizate, atunci puține din ele sunt consacrate lecturii. Grupul „Povești digitale”, moderat de Angela Borșci, a înregistrat în anul 2020 un număr de 327 de povești (aproape zilnic apărea în rețeaua BM o poveste!). Dar cu subiecte despre lectură sau literatură, avem o colecție de doar 15 medalioane literare. În Anul lecturii, bibliotecarii au citit în locul utilizatorilor, au citit pentru ei, dar nu asta înseamnă promovarea lecturii – lectura rămâne întotdeauna pentru cel care citește, ea este un act solitar. Putem citi doar pentru segmentul de vârstă care încă nu are asemenea abilități sau putem citi într-o limbă străină ca ascultătorii să învețe sau să-și testeze nivelul de cunoaștere a acestei limbi. Grupul *Povești digitale* n-a înregistrat recomandări sau prezentări de

carte în format digital, or, asta ar fi lărgit spectrul publicului și nu ne-am fi mărginit doar la utilizatorii bibliotecii.

Și încă o digresiune de final: nu contează cine și prin ce metode prezintă cartea, important este să o facă în mod sistematic, sub un generic atrăgător, curios ca să se rețină în mentalul colectiv al cititorilor imaginea noastră de valorificator al cărții, de instituție care recomandă lecturi bune, de instituție care face cartea să trăiască prin noi lecturi. Prezentările ocazionale, ca și alte evenimente întâmplătoare, sunt efemere și nu creează atașament, nu educă o cultură a lecturii și nu suscită interes pentru lectură.

## BOOKTRAILER

E moda trailerelor în lume, în domeniul marketingului cărții.

**Noțiune:** *este un produs și o metodă de promovare (în format video sau ca o combinație de imagini, cuvinte, sunete) a unei cărți, iar dacă e recent apărută, e un fel de lansare sau avanpremieră.*

Pe baza a ceea ce ne oferă dicționarul, interpretarea însuși a conceptului de „booktrailer” implică crearea unui videoclip de prezentare (de preferință în format video), care e dedicat cărții (unei opere literare). Un trailer de carte este un scurt videoclip. Astfel de videoclipuri sunt create pentru a promova, prezenta sau recomanda cartea, stimulând interesul pentru lectură. Ele pot fi comparate cu trailererele de filme. Un trailer de carte nu durează mai mult de 2-3 minute și poate fi atașat atât unei piese muzicale moderne, cât și unei piese clasice.

**Scop:** *implementarea unor forme noi, vizuale, digitale de recomandare a cărții care atrage potențiali cititori și urmărește formarea unei comunități de cititori.*

### **Obiective:**

- diversificarea formelor și metodelor de promovare a cărții;
- utilizarea tehnologiei, a teatralizării și a actoriei pentru a crea produse calitative, incitante care trezesc interesul de lectură;
- promovarea gratuită a cărții prin metode de animație noi, care atrag atenția asupra lecturii formând un public de cititori.

### **Competențe:**

- cunoașterea unui nou format, atractiv, emoțional de prezentare a cărții;
- conștientizarea metodei ca una care-ți economisește timpul și banii;
- educarea unei culturi a selecției cărților pentru lectură;
- dezvoltarea unui sistem de luare a deciziilor de lectură bazat pe booktrailer.

Booktrailerul necesită multă muncă migăloasă, dacă intenționăm să facem un produs video calitativ. Bibliotecarii noștri au fost instruiți cum să facă trailer. Din aceste considerente, nu vom dezvolta aici metodologia de crearea a Booktrailerului. Dar amintim principiile care stau la baza creării lui:

1. Respectăm durata medie de 1-3 minute; nu suprasolicităm publicul cu clișee și banalități.



2. Urmărim uniformitatea ilustrațiilor: dacă sunt desenate, înseamnă că toate trebuie să reprezinte desene (nu altceva), dacă sunt animate, se utilizează în exclusivitate doar animații, dacă fotografii – să fie doar fotografii. În același mod consecvent apropiem stilul muzicii de cel al videoclipului.
3. Videoclipul trebuie să prindă și să intrigue. Pentru aceasta, este important să alegeți nu numai imagini luminoase și spectaculoase, ci și adecvate și sugestive.
4. Punem accent pe calitate și simplitate. Înregistrarea audio trebuie să fie de înaltă calitate, fără efecte de zgomot. Ilustrațiile să fie clare și fără elemente străine.
5. Fontul din titluri și subtitrări trebuie să fie lizibil, simplu și familiar. Nu creăm trailerul pentru noi, ci pentru potențialii utilizatori. Evităm tot ce poate împiedica percepția, atenția și retroacțiunea, ca să nu obținem un produs „semifabricat”.

Booktrailerul a fost gândit pentru omul grăbit, deoarece acesta n-are timp pentru cronici voluminoase, dar apelează la universul digital cu piața lui electronică. Decizia de lectură a oamenilor ocupați are frecvent la bază comentariile de pe rețelele sociale. Cea mai bună cale de a găsi lecturi de valoare sunt Booktrailererele pe care le poți viziona pe telefon sau computer. Booktrailerul conține informații de bază despre carte și autor, accentuează intriga cărții, recomandări ale cititorilor și orice altceva interesant în imaginația celui care creează trailerul cărții, dar fără

citate de pe coperta a IV-a a cărții sau alte elemente de prelectură prezente în volum.

În această lume cu alte priorități, alte principii și valori, lectura devine marginală în preocupările omului. Biblioteca este instituția publică care își orientează întreaga sa activitate spre a determina oamenii să citească. Nobil, dar dificil efort. Exemple foarte bune, care inspiră, de Booktrailer găsiți pe: <http://www.bookaholic.ro> și pe <http://booknation>. Recomandăm să vizionați unul foarte special: Cartea *Viața începe vineri*, autor Ioana Părvulescu, Humanitas <https://booknation.ro/book-trailere-trailere-de-carte-romania/>.

Pe mine m-a convins s-o caut și s-o citesc!

## SEARĂ LITERARĂ

Serile literare sunt un prilej de exprimare a recunoștinței și admirației față de o personalitate prominentă a vieții literare, culturale, sociale sau științifice, de a-i pune public în valoare contribuția la dezvoltarea domeniului literar, cultural, științific. Ele pot fi consacrate evenimentelor actuale, datelor remarcabile, vieții și operei scriitorilor.

Serile urmăresc atragerea utilizatorilor la promovarea și cunoașterea scriitorilor, ziariștilor de top.

**Noțiune:** *spectacol-sărbătoare în beneficiul cuiva.*

**Scop:** *satisfacerea nevoii umane de a se manifesta, de a comunica oamenilor cine este, ce face, ce poate, care este contribuția la viața culturală, comunitară, științifică într-o manieră artistică, cognitiv-educatională.*

**Obiective:**

- extinderea și consolidarea relației dintre bibliotecă-cititori-scriitori prin implicare în organizarea acestor seri;
- consolidarea imaginii bibliotecii ca instituție comunitară în care se pot produce scriitorii;
- valorificarea creației literare a unui scriitor/ziarist;
- asigurarea unui mediu favorabil pentru succesul evenimentului.

**Competențe:**

- cunoașterea creației și vieții scriitorilor, contribuțiile lor la domeniul literar, artistic, cultural, științific ș.a.;
- formarea propriilor atitudini față de contribuțiile acestor personalități;
- dialogarea cu scriitorul preferat sau cu un promițător debutant;
- recunoașterea manierei de scriere a unui scriitor;
- experimentarea personală a unui eveniment-sărbătoare.

**Repere organizatorice:**

- stabilim responsabilii de organizarea seriei, stabilim ziua, incinta;
- desemnăm moderatorul, un scriitor sau un om de cultură;
- invităm personalități remarcabile ca participanți ai seriei;
- identificăm și antrenăm un auditoriu interesat de subiectul seriei;

- elaborăm materiale promoționale: invitații, afișe etc.;
- informăm publicul în prealabil referitor la data desfășurării;
- plasăm informația pe pagina web a bibliotecii, pe rețele sociale;
- informăm și invităm mass-media.

În cazul unei Seri literare la cerere, solicitantul are libertatea de a-și elabora propriul concept al evenimentului, de a-și întocmi lista participanților, lista vorbitorilor, de a concepe designul, formatul și cantitatea materialelor promoționale etc.

### **Desfășurarea:**

- prezentăm succint protagonistul și invitații;
- alternăm prezentările cu evoluări ale artiștilor profesioniști/amatori, cu interpretări instrumentale și vocale, cu secvențe teatralizate;
- utilizăm materiale audio-video;
- organizăm expoziții (de orice tip).

O practică mai nouă o constituie Serile care sunt organizate la cererea scriitorilor care își doresc o astfel de seară, prilej de a sărbători un succes personal, de a-și face publice realizările personale sau de a petrece o seară în mijlocul prietenilor împărtășind cu ei experiențe și realizări. În acest caz, biblioteca colaborează și de comun acord întocmește un program și delege sarcinile de realizare și cota de implicare a fiecărei părți. E și o facilitare, prin care biblioteca oferă spațiu, atmosferă, suport conceptual, consultări solicitantului în a-și exprima în public punctele de vedere, creația, viața, personalitatea etc.

Programul acestor Seri este, la fel, elaborat de către solicitant. Bibliotecarul consultă, oferă sugestii de organizare, pregătește spațiul, oferă suport pe parcursul desfășurării.

## MEDALION LITERAR

Medalionul literar are două sensuri – de scriere literară (scurtă expunere asupra operei și vieții scriitorului cu prilej aniversar, evocator) și de spectacol de omagiere. În animația cu publicul biblioteca poate folosi Medalionul literar în ambele sensuri.

Primul sens: biblioteca deține colecții de medalioane literare. De exemplu, volumul lui Mihai Cimpoi, *Medalioane literare*, sau constituim o colecție de medalioane colectându-le din diverse volume, reviste literare sau de pe net. Medalioanele pot fi elaborate și de bibliotecari.

Al doilea sens: biblioteca organizează spectacole omagiale dedicate unor personalități reprezentative ale literaturii autohtone sau universale.

**Noțiune:** *o formă de animație cu publicul care include o expunere pe o temă literară sau dedicată evocării unui scriitor prin elemente literare, muzicale, plastice, vizuale și caracterizată prin conciziune și putere de convingere.*

**Scop:** *evocarea unei personalități literare prin evidențierea portretului, a trăsăturilor și sensurilor fundamentale ale vieții și activității acesteia.*

**Obiective:**

- actualizarea contribuției scriitorilor clasici și contemporani la procesul literar prin serviciile și programele de lectură;
- diversificarea animației literare prin forme simple și concise precum medalioanele literare;
- suscitarea interesului pentru lectura operelor scriitorilor evocați.

**Competențe:**

- cunoașterea scriitorilor contemporani și clasici;
- experimentarea implicării în desfășurarea medalioanelor prin lectura unor bucăți de proză sau poezie, prin punerea în scenă, exprimarea grafică sau vizuală a unui fragment dintr-o operă;
- crearea opiniei proprii asupra creației scriitorilor evocați;
- dezvoltarea competențelor de scriere a medalioanelor literare.

Reperle organizatorice și modul de desfășurare a medalioanelor literare sunt identice cu cele ale Serilor literare, Serilor muzicale sau Serilor de creație. Medalionul literar nu are amploarea serii literare sau de creație, e un scurtmetraj al lor. Medalionul literar este organizat ca eveniment aparte, ca program sau serviciu, dar și ca formă în cadrul unor evenimente complexe – Simpozion, Cenaclu, Club sau Program de lectură, date fiind caracteristicile lui – laconismul și reliefarea portretului protagonistului.

Sunt mai multe tipuri de Medalioane: literare (scriitor, critic literar); muzicale (compozitor, interpret) sau artistice (actor de teatru, cinema sau artist plastic). Medalioanele pot fi delimitate clar între ele

– dacă sunt literare, sunt doar literare; dacă sunt muzicale, ne limităm doar la muzică, nu trebuie să le combinăm sub denumirea *Medalion literar-artistic*. Aceasta e greșeala bibliotecilor de a pune într-o formă tot ce pot face. Medalionul este consacrat unui scriitor, unui artist, unui muzician, folosindu-se titlurile enumerate mai sus. Toate Medalioanele au forme și elemente ludice, momente artistice (recital, cântec, desen, film, teatru), dar nu sunt definiții. Fără a uita care este scopul unei astfel de forme – *a scoate în evidență esența și sensul fundamental al vieții și operei scriitorului, compozitorului, artistului* – să nu uităm că e un scurtmetraj, nu *seară* literară, muzicală sau artistică. Sunt forme de animație diferite după criteriile dificultății, complexității și duratei.

Cum putem iniția un serviciu sau program educațional utilizând Medalioanele ca formă de realizare?

Căutăm un titlu (prin brainstorming, cu colegii) „Cunoaștem scriitori notorii” ori „Citim clasicii”, identificăm scriitorii care în acest an au aniversări/omagieri – contemporani sau clasici și-i reunim sub aceste generice. Va fi un serviciu adresat unui grup-țintă bine delimitat – copii, adolescenți sau adulți. De grupul de vârstă depinde conținutul Medalionului. Dacă totuși mergeți pe medalioanele lui Mihai Cimpoi, iar grupul-țintă sunt elevi din clasele a 5-a – 6-a, trebuie umblat la text, adaptându-l la nivelul lor intelectual. Îl puteți invita pe academiicianul Mihai Cimpoi la o întâlnire cu participanții acestui serviciu sau program.

Într-un atelier învățăm participanții (în funcție de vârstă, de exemplu, adolescenții) să elaboreze

Medalioane (dacă bibliotecarul nu poate, invităm un specialist, critic literar sau scriitor). Iar la încheierea programului organizăm un Maraton al medalioanelor elaborate. Medalionul nu înseamnă citirea textelor despre viața și opera unui scriitor – e o activitate care, într-un termen scurt, prezintă lucruri esențiale, pasaje din lecturi, scurte recitaluri, video, jocuri, teste, învățarea cuvintelor noi etc.

Cel mai bine e să găsiți/atrageți într-un parteneriat un profesor care are planificate activități extrașcolare. Datoria noastră e să le facem cu adevărat extrașcolare, adică nonformale, așa încât copiii să vadă diferența și să vrea să mai vină la Medalioanele noastre.

Amintiți-vă că Medalionul literar are două sensuri și în două sensuri poate fi și organizat/realizat.

## ORĂ DE LECTURĂ

**Noțiune:** *act comunicativ de receptare a unui mesaj scris. Pasiv sau activ, în măsura în care cititorul interpretează comunicarea, acest act poate fi nonverbal (lectură individuală, mintală) sau verbal (lectura pentru o persoană care dintr-un motiv oarecare nu poate citi).*

**Scop:** *dezvoltarea aptitudinilor de lectură, stimularea cititului și sprijinirea procesului de lectură funcțională, de instruire și educație pe tot parcursul vieții.*

### Obiective:

- setarea ca prioritate instituțională a organizării unor programe, servicii și activități orientate



- spre formarea și îmbunătățirea deprinderilor de lectură ale chișinăuienilor de vârstă mică;
- atragerea copiilor cu probleme de citire prin practicarea lecturilor cu voce tare, pentru a-și îmbunătăți calitatea și viteza lecturii;
  - promovarea ideii că abilitățile de lectură sunt necesare pe parcursul întregii vieți.

### **Competențe:**

- formarea abilităților de înțelegere și interpretare a textelor citite;
- dezvoltarea dicției și a vorbirii coerente;
- educarea unor deprinderi de comunicare colectivă și a dorinței de a împărtăși cu alții impresiile de lectură;
- sporirea vitezei de citire și depășirea lecturii sub-vocalizate (numite și lectură silențioasă);
- dezvoltarea abilităților de lectură sinoptică;
- dezvoltarea abilităților de evaluare proprie a celor citite.

### **Repere organizatorice:**

- identificăm grupul-țintă care va participa la Ora de lectură – copii cu probleme de citire;
- selectăm adecvat operele în baza cărora vom desfășura lecturile cu voce tare – texte succinte, accesibile, interesante, atrăgătoare;
- selectăm jocurile, tacticile și metodele pe care le vom utiliza în activitățile preconizate;
- identificăm lectori cu abilități de vorbire coerentă și dicție perfectă;

- alcătuim lista persoanelor care vor lectura cu voce tare;
- pregătim din timp materialul ilustrativ;
- prezentăm opera selectată: succint, accesibil și atrăgător;
- întrerupem periodic cititul (care nu trebuie să dureze mai mult de 10-15 min) pentru întrebări și răspunsuri;
- încheiem lectura cu o recapitulare;
- nu evaluăm lectura copiilor, dar din observații notăm concluzii, care vor servi la alegerea elementelor, testelor, exercițiilor, jocurilor care vor îmbunătăți următoarea Oră de lectură.

Ora de lectură oferă posibilitatea de învățare a cititului și educării abilităților de lectură. Este organizată și desfășurată cu forțele proprii ale bibliotecarilor sau cu invitați speciali (actori, literați, studenți, elevi, parteneri, lectori-voluntari etc.).

Ora de lectură este un program organizat pentru un grup cu deprinderi slabe sau medii de lectură pentru a-și spori abilitățile sub aspectul înțelegerii (alfabetizarea funcțională), interpretării textului și vitezei lecturii; sau pentru copiii de școală primară ca suport la îmbunătățirea lecturii. Este un program cu valoare adăugată cu un grad mic de dificultate, dar cu un caracter complex. Este produs prin lecturi cu voce tare, activități ludice (jocuri, quiz-uri, quest-uri, jocuri de rol (lectură pe roluri, în lanț etc.), exerciții de dicție, teste de „Lectură la cronometru”, simulări de sintetizare a lecturii, simulări de evaluare a lecturii.

Ora de lectură nu poate fi parte a unei alte forme de animație cu publicul; nu poate fi parte a unor

programe precum „Ziua (săptămâna) ușilor deschise”; nici a programului de lectură „Chișinăul citește”, a concursului „Bătălia cărților” sau la „Provocarea verii”. Ora de lectură are alt scop (lectura funcțională) și alte obiective (de îmbunătățire).

Ora de lectură în versiunea care se practică de BM este, de fapt, Atelier de lectură.

Atelierul de lectură are alt scop: cel de *educare a lecturii și a dragostei de carte copiilor de la cea mai fragedă vârstă*.

La Atelierul de lectură se citește, se discută, recită, cântă, teatralizează, confecționează, dansează.

## ORA POVEȘTILOR

**Noțiune:** *program organizat sistematic, cu multiple valențe în educarea intelectuală a copiilor, în educarea lecturii și a dragostei față de arta teatrală.*

**Scop:** *insuflarea (prin folclor și literatură), în mod neforțat, a dragostei pentru lectură și inițierea cu lumea frumosului, cu valorile general-umane, dezvoltându-le participanților capacitatea de a înțelege, de a comunica și de a-și exprima propriile atitudini față de lumea din jur.*

Programul contribuie la dezvoltarea primelor abilități pentru lectură, ce ar putea deveni o pasiune pe parcursul vieții și este instrumentul eficient de comunicare, culturalizare și educare.

Este cea mai utilizată metodă de către bibliotecari. Fiecare bibliotecă și-a dezvoltat modelul său de Oră a poveștii. Organizarea și desfășurarea depinde de scop, de grup, de facilitator și de resurse.

Se realizează prin Ateliere de lectură.

## CENACLU LITERAR

**Noțiune:** *grup de persoane, literați, artiști, istorici etc. legați prin afinități literare și estetice, care au aspirații comune, program și, uneori, o publicație proprie; reunire periodică a unui asemenea grup pentru a lectura, a admira și discuta creația membrilor săi.*

**Scop:** *susținerea unei forme creative de comunicare, ce pune în valoare aptitudinile literare și artistice, contribuie la dezvoltarea acestora și atrage în sfera de creație noi talente din rândul utilizatorilor.*

Biblioteca Municipală organizează cenacluri ale căror ședințe sunt moderate de oameni de cultură, cu participarea unui public constant, ce este antrenat în procesul de creație literară. Cenaclul, ca obiective și competențe, ca organizare și metodologie, este asemeni Clubului. Totodată, Cenaclul e un mediu în care se valorifică potențialul creativ autentic al utilizatorilor BM și se dezvoltă preferințe rafinate pentru literatura artistică, artă, știință, istorie literară.

### Obiective:

- oferirea posibilității de reunire a oamenilor cu interese și afinități literare, istorice, artistice comune;
- stimularea capacităților de evaluare, de judecată estetică și valorică;
- încurajarea exteriorizării stărilor sufletești și îndemnarea de a le materializa artistic într-un mod personal;
- diversificarea întrunirilor prin prezentarea atractivă a operelor promovate, fiind întregite de un bogat material ilustrativ: fotografii,

reproduceri, expoziții de documente, slide-uri, materiale audio-video etc.

### **Repere organizatorice**

Pentru reușita Cenaclului, este esențial de a găsi președintele/moderatorul potrivit, cu abilități de:

- captare a atenției auditoriului;
- prezentare atractivă și convingătoare a creațiilor;
- stimulare a spiritului critic;
- antrenare a publicului în procesul literar-artistic.

### **Desfășurarea:**

- moderatorul face o succintă prezentare a temei;
- concomitent, vorbitorii pregătesc prezentările apelând la materialul ilustrativ pregătit;
- periodic vor pune întrebări participanților, solicitându-le cunoștințe despre scriitorul/artistul abordat și creația acestuia;
- incităm publicul, îndemnându-l la o conlucrare eficientă, în calitate de participant activ la procesul creator.

Periodicitatea reuniunilor o stabilesc membrii cenaclurilor.

Simbioza cenaclieră: mizând pe o afectivitate sporită, programul ședințelor poate include și combinarea mai multor forme, metode și elemente ludice, cum ar fi: Lansări de carte, momente muzicale/teatrale, Spectacole, Discuții-dezbateri, Ateliere de creație, Conferințe, Întâlniri cu scriitori, artiști plastici, personalități ale culturii, Lansări și Prezentări de carte, Concursuri.

## ATELIER DE CREAȚIE

Atelierul de creație este o formă liberă de creație, independentă, unde profesioniștii transmit experiența și acordă sfaturi amatorilor și celor interesați de domeniul respectiv. Utilizatorii BM sunt întruniți în diverse ateliere de acest gen: *Scriere povești, Elaborare povești digitale, Scriere creativă.*

**Noțiune:** *atelierul de scriere literară este un laborator în cadrul căruia un scriitor sau un artist profesionist ține un curs de creative writing, în cadrul căruia sunt experimentate noi forme de literatură care contribuie la formarea scriitorilor începători care vor să devină în timp profesioniști.*

**Scop:** *susținerea și dezvoltarea abilităților de a scrie ale utilizatorilor BM pasionați de literatură.*

### Obiective:

- promovarea ideii că meseria de scriitor se poate învăța;
- cunoașterea și valorificarea moștenirii literare;
- dezvoltarea spiritului critic al talentului;
- identificarea și promovarea celor mai talentați tineri mânduitori ai condeiului.

### Competențe:

- dezvoltarea abilităților de a scrie;
- conștientizarea capacității de a scrie;
- dezvoltarea abilităților de evaluare a scrisului propriu și al altor colegi;
- dezvoltarea abilităților de acceptare a feedbackului constructiv sau critic.

**Repere organizatorice:**

- invităm un scriitor consacrat pe post de moderator;
- selectăm membrii;
- stabilim periodicitatea ședințelor;
- alegem denumirea atelierului;
- elaborăm însemnele: logoul, culoarea, insigna, sloganul;
- creăm un blog al atelierului;
- invitații scriu și prezintă textele în formă de proză sau poezie, le lecturează în ședințe;
- comentarea/evaluarea de către moderator a creațiilor prezentate;
- inițiem un schimb de opinii pe marginea lucrărilor;
- publicăm textele elaborate în cadrul Ateliereleor de creație în reviste literare;
- plasăm informația despre activitatea atelierului pe rețele, platforme și forumuri de socializare.

**PROGRAM DE LECTURĂ**

Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu”, lider și deschizător de drumuri în domeniul biblioteconomic, susține, ca prioritate strategică, educația chișinăuienilor pentru lectură și cultură, dezvoltând permanent noi forme și metode inovative de atragere a membrilor comunității. Pe parcursul ultimilor 10 ani BM a organizat Campanii de lectură, Inițiative comunitare de lectură publică, Programe de lectură pentru toate categoriile de vârstă și socio-profesionale.

Doar în anul 2019 animația cu publicul a constituit 5 830 de activități la care au participat 147

868 de chișinăuieni. Animația culturală s-a realizat prin forme și metode diverse printre care Cluburi de lectură, de scriere creativă, de discuții, Lectorii sau Conferințe literare, științifice, Mese rotunde, Întâlniri cu scriitori, Lansări de carte, Dezbateri, Concursuri de lectură.

Programul de lectură devenit artefact, simbol, imagine, cocardă a BM este „Chișinăul citește”, ajuns la a XVII-a ediție.

Afiliate brandului BM au devenit: Programul de lectură intergenerațional „Vreau să-mi citești”, un program cu valoare adăugată, centrat pe educația lecturii în familie, lecturii împreună cu părinții, bunicii sau bonele; Programul de lectură în voce tare „Să reauzim povestea” axat pe educarea lecturii de la vârsta cea mai fragedă prin povești; Programul de lectură în format digital „Voi stați acasă, noi vă citim”.

BM are o îndelungată și bogată experiență de organizare a lecturii estivale care inițial (cu peste 20 de ani în urmă) avea genericele: *Cartea nu are vacanță*, *Tabăra creativă*, *Tabără de lectură și agrement*, *Tabăra de vară* (1998 – prezent) *Lecturile verii* (2002-2012), *Trolleybook* (2014, 2015), *Rucsacul de vacanță* (2016, 2017), *Lecturi bune la Biblioteca ta*, *Provocarea verii 2019 – Citește, Creează, Descoperă*, *Provocarea verii 2020 – Lectură, Joc, Experiment*, *Provocarea verii 2021 – Citește și descoperă Chișinăul*. *Lecturile verii* a fost, într-o manieră inovativă, reinventat în *Trolleybook*, apoi regândit și reintitulat în *Rucsacul de vacanță*. În cele din urmă, BM a lansat un nou program amplu și interactiv reorientat pe altfel de lecturi, de popularizare a științei, *Provocarea verii*.



*Rucsacul de vacanță, Trolleybook-ul și Provocarea verii* sunt programe premiate la nivel național și internațional. *Provocarea verii* a fost cel mai spectaculos program ca organizare, participare, desfășurare, impact, satisfacție a participanților și satisfacție profesională. Programul *Provocarea verii* deține marca Hasdeu, are o viziune proaspătă, e gândit, dezvoltat și axat pe lectură, pe creare și descoperire (STEAM). Tot ce trebuie să știi despre Programul *Provocarea verii* vezi în revista *BiblioPolis* Vol. 74 (2019) Nr. 3.

Începând cu 2014 BM inițiază și lansează, după modelul spaniol, acțiunea de lectură comunitară *Citim Eminescu*, ajunsă în acest an la ediția a 8-a. Această acțiune a fost replicată la filialele „M. Lomonosov” – *Citim Pușkin*, la „Ițic Mangher” – *Citim Ihil Șraibman*; la „Lesia Ukrainka” – *Citim Lesia Ukrainka* etc.

## PROGRAM DE LECTURĂ „CHIȘINĂUL CITEȘTE”

Cel mai longeviv Program de lectură – *Chișinăul citește* – s-a identificat cu brandul BM. Lansat în 2004 cu sloganul *Lecturi bune la biblioteca ta*, a suportat diverse ajustări, modernizări, adaptări ale metodologiei de desfășurare, schimbări conceptuale, rămânând totuși fidel scopului inițial – lectură.

Programul „Chișinăul citește” este organizat anual și se desfășoară în perioada ianuarie-noiembrie. Programul orientează participanții spre valori literare autohtone, promovând lectura ca mijloc de dezvoltare personală și culturală. Programul, fiind unul complex, cuprinde diverse activități. Din momentul

implementării programului s-au lecturat cărți ale diversilor autori: publiciști, prozatori, dramaturgi, poeți, esești, fapt care a permis publicului cititor să se încadreze în lectura colectivă, alegându-și atât autorul, cât și genul literar.

Fidelă misiunii sale, BM, prin Programul „Chișinăul citește”, susține și promovează lectura în comunitate, afirmându-se ca mentor, animator, educator în dezvoltarea și stimularea lecturii în era virtuală.

**Noțiune:** *o formă care sprijină procesul de desfășurare a inițiativei de lectură comunitară și de antrenare a chișinăuienilor în lecturi de valoare printr-un ansamblu de etape, activități și momente stabilite în ordinea desfășurării acestora pentru o perioadă dată.*

**Scop inițial (2004):** *constituirea unei comunități de cititori prin promovarea lucrărilor de înaltă ținută artistică și educare a gustului pentru lectură în rândul chișinăuienilor<sup>1</sup>.*

**Scopul reformulat și raportat la timpul real de azi:** *incitarea, motivarea și determinarea chișinăuienilor să participe la construirea și consolidarea unui nou statut Chișinăului, de Oraș al Lecturii.*

**Obiectivele generale ale CC reformulate și adaptate la ziua de azi:**

- promovarea lecturii ca mijloc de dezvoltare culturală și creativă;
- orientarea chișinăuienului spre valori literare autohtone;

---

<sup>1</sup> Din instrucțiunea metodică „Programul *Chișinăul citește*”, 2012, p. 3.

- relevarea contribuției Bibliotecii Municipale la organizarea timpului liber în mod util și interesant;
- afirmarea Bibliotecii Municipale în calitate de expert în identificarea valorilor literare și culturale; de îndrumător, sfătuitoare, de ghid în lumea cărților și lecturii;
- susținerea lecturii de plăcere prin libertatea aderării chișinăuienilor la această inițiativă de lectură.

### Competențe:

- dezvoltarea sentimentului de apartenență comunitară prin participarea, alături de alți chișinăuieni, la o acțiune culturală comună;
- educarea unei culturi literare prin lecturi de valoare;
- contribuirea la o cauză comună prin propriul exemplu;
- afilierea și apartenența la comunitatea chișinăuiană a cititorilor;
- formarea conștiinței că BM e biblioteca stimulatorie de lectură;
- dezvoltarea personală prin intermediul lecturii;
- formarea propriilor opinii asupra cărților citite.

**Reperle organizatorice sunt simple**<sup>1</sup>: selectarea cărților; discutarea și decizia asupra includerii în program; desemnarea perioadei programului – ianuarie-noiembrie; asigurarea cu un număr suficient de exemplare pentru lectură (pentru buna desfășurare a CC sunt achiziționate minim 10 ex.

<sup>1</sup> Ibidem, Instrucțiunea metodică, p. 3-5.

per filială); anunțarea autorilor selectați, discutarea condițiilor participării la CC; elaborarea pachetului de materiale promoționale; lansarea programului; organizarea activităților de promovare a CC și atragerea a cât mai mulți chișinăuieni la lectură printr-o combinație diversă și creativă de activități de animație. CC este finalizat cu o conferință tradițională și, în unele cazuri, cu transmisiune video. Un exemplu excelent a fost parteneriatul cu Jurnal TV, care a transmis concomitent conferințe online pe [www.privesceu.md](http://www.privesceu.md) și [www.jurnaltv.md](http://www.jurnaltv.md). Regulamentul de desfășurare și alte materiale despre CC le găsiți aici: [www.hasdeu.md](http://www.hasdeu.md).

Forța Programului CC rezultă, în esență (de altfel, și al oricărui eveniment din cadrul lui), din delimitarea corectă a grupului-țintă, astfel încât, să putem, printr-un discurs direct sau prin crearea unei experiențe, să-l sensibilizăm cât mai eficient. Un mesaj clar, într-un stil captivant, motivează oamenii să facă ceva pentru noi, în timp ce noi acționăm în interesul lor. Ținta Programului nu este doar să atragem la lectură cât mai mulți posibili utilizatori-lectori ai unei cărți. Programul țintește să transforme vizitatorii pasivi în participanți activi, să atragă nonutilizatorii care să acceseze apoi produsele sau serviciile cu mai mult interes sau cel puțin să ne ajute în acest sens.

Succesul oricărui program, dar al unui program de lectură cu atât mai mult, depinde de caracteristicile grupurilor-țintă – vârsta, genul, funcția, profesia (la adulți), nivelul de instruire, necesitățile și așteptările, apartenența culturală. Dacă monitorizăm

aceste aspecte, vom putea evalua calitativ implicarea chișinăuienilor în program conform acestor caracteristici.

CC a ajuns la a XVII-a ediție, dar suntem în continuă căutare a metodelor inedite de animație ca să menținem activ interesul chișinăuienilor pentru lectură. În sensul îmbunătățirii conceptuale a CC propunem câteva repere, care sperăm să răspundă la întrebările:

*Ce dorim noi, BM, să obținem de la participanți, în mod special, în urma acestui Program? Ca să răspundem corect la această întrebare, apelăm la cele patru misiuni clasice ale comunicării în cadrul oricărui program, serviciu sau eveniment: informație – emoție – motivație – activare/dinamizare.*

Prin Programul CC noi dorim:

- să aducem la cunoștința participanților o carte de valoare care merită efortul de a o citi;
- să-i pregătim emoțional în vederea situației de participant al CC prezentându-le avantajele;
- să-i motivăm și să-i determinăm să citească această carte și să rămână în continuare cititorii și utilizatorii bibliotecii noastre;
- să-i provocăm (prin activizare, dinamizare a interesului pentru lectură) la o acțiune comunitară de lectură, la un act cultural colectiv.

Cele patru misiuni ale comunicării Programului nu pot fi aplicate separat. Efectul maxim îl obținem doar prin combinarea lor. Informația pură nu e de ajutor în cazul CC. La fel, emoția pură poate fascina participanții, dar fără un efect direct (acțiunea de a participa). Astfel, CC se transformă într-un program

fără importanță practică. Fără dinamizare nu atin- gem niciodată scopul CC – el rămâne o asimptotă –, iar, fără motivație, grupul-țintă nu va răspunde pozitiv îndemnului nostru la lectură; fără motivație permanentă pe parcursul desfășurării – cei care au dat curs pozitiv acestui program nu vor rezista până la sfârșitul evenimentului. Lucruri întâmplare în ex- periența noastră. Așadar, analizăm utilizatorii-con- sumatori de lectură, dar și potențialii consumatori/ utilizatori din punctul de vedere al fiecărei misiuni.

*Ce informații trebuie să transmitem publicului vizat – comunității?* N-ar trebui să ne subestimăm publicul, dar nici să-l supraestimăm. Prea multe in- formații, amănunțite și detaliate de dragul umplerii, au efect letal asupra programului. Ținând cont de scop, context, sector (marginal sau central), clarifi- căm ce trebuie să-i fie comunicat și prin ce mijloace. Identificăm ce stil de a ajunge la oameni e adecvat să utilizăm pentru programul nostru. Cum?

- prin intermediul bibliotecarilor;
- prin intermediul scriitorilor incluși în CC;
- prin intermediul mijloacelor de comunicare;
- prin intermediul voluntarilor special formați în scopul promovării de gherilă a programului;
- prin intermediul partenerilor – editura care a publicat cartea și alți parteneri secundari, ter- țiar;
- prin flashmoburi comunitare (nu cele organi- zate de bibliotecari cu oameni puțini, ci unul cu maximă prezență comunitară);
- printr-un amalgam de forme și metode de co- municare, dintre cele mai atractive, așa încât

să formeze o coeziune comunitară și să educe sentimentul de apartenență la un program comunitar.

Odată clarificate, ce informații și prin ce mijloace le vom transmite, alegem stilul în care va fi desfășurat (coordonat, gestionat, promovat) programul: *autentic? solidar? autoritar? ludic/jucăuș?* Sau alegem un stil complex care înglobează mai multe componente. Programul nostru (vom lucra cu oamenii, vom motiva, vom convinge, vom atrage) ar merita stilul complex – autentic-solidar-ludic, stil care presupune crearea unor experiențe memorabile, a unor legături emoționale cu programul și a unor interacțiuni de fidelizare a participanților, atrăgându-i în rândul utilizatorilor bibliotecii.

Alături de stilul Programului trebuie să ne întrebăm ce stări transmite acesta – entuziasm, curiozitate, solidaritate, optimism, dorința arzătoare a participanților sau veselie? Important ca aceste stări să fie resimțite din orice mesaj, din orice material profesional și promoțional, din orice acțiune inițiată. Ele trebuie să transpară din scop și obiective.

Misiunile comunicării CC fiind formulate, e cazul să amintim că succesul mai depinde de formularea clară și detaliată a obiectivelor specifice pe care le urmărim. Formulând corect obiectivele, putem aprecia, mai târziu, dacă le-am îndeplinit și, astfel, să evaluăm succesul Programului.

### **Obiectivele calitative ale CC ce se desprind din cele generale:**

- sensibilizarea și motivarea chișinăuienilor;

- angajarea BM și a bibliotecarilor de a seta CC ca Program prioritar de lectură al Chișinăului;
- informarea și comunicarea (stil/caracteristică), dominantele;
- comunicarea privind produsele oferite spre lectură (maniera, diversitatea formelor de prezentare; utilizarea formelor inovative în proces);
- comunicarea privind contactul cu publicul, cu persoane (față-n-față sau virtual);
- consolidarea imaginii BM de instituție-mentor de lectură a chișinăuianului;
- eficientizarea promovării programului (evenimente pentru difuzori de mesaje: presa scrisă, electronică și media etc.);
- obiectivele indirecte (cooperarea, sponsorizarea).

### **Obiectivele cantitative ale CC:**

- câștigarea de noi utilizatori din rândul chișinăuienilor nonutilizatori;
- creșterea numărului de utilizatori lectori în programul CC;
- evoluția (creșterea cotei de piață a CC și a BM);
- evoluția cantitativă de forme și activități de atragere la CC (în comparație cu precedenta ediție sau evoluția prin comparare de la prima la ultima ediție);
- sporirea vizibilității CC și a BM în comunitate (în comparație cu ediția precedentă).

În evoluția sa, Programul de lectură „Chișinăul citește” a fost reinventat și animat prin cele mai sofisticate și ludice forme, metode, tactici de interrelație,



de promovare și de creare a experiențelor. Anul 2020 ne-a impus să căutăm soluții de desfășurare de la distanță – dificil de acceptat și de realizat –, învățând din mers schimbările pentru a susține viu programul în pofida vicisitudinilor actuale. Avem nevoie de curaj profesional ca să ne punem întrebările listate și să căutăm răspunsuri sincere la ele. Aceasta-i calea de menținere pe val a unui Program precum CC.

### **PROGRAM DE LECTURĂ VOI STAȚI ACASĂ, NOI POVESTIM**

**Noțiune:** *formă online de apropiere și relaționare cu utilizatorii prin care bibliotecarii citesc copiilor povești, fragmente din cărți de valoare.*

**Scop:** *să oferim un suport de educare a lecturii prin recomandări de carte, jocuri, tutoriale și un program de povești video realizat de echipa de bibliotecari.*

#### **Obiective:**

- familiarizarea utilizatorilor cu relaționarea și participarea la serviciile bibliotecii în format online;
- transpunerea serviciilor de lectură pe online;
- implicarea bibliotecarilor în lecturarea poveștilor, bucăților de proză din volumele incluse în CC;
- dezvoltarea competențelor digitale ale bibliotecarilor.

#### **Competențe:**

- ascultarea activă;

- experimentarea participării la serviciile BM de la distanță;
- implicarea personală în video-lecturi alături de bibliotecari;
- experimentarea rolului de voluntar-cititor;
- dezvoltarea abilităților de lector, de regizor și de promovare a lecturii.

Pandemia ne-a izolat de utilizatorii noștri. Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu”, asemenea celor din întreaga lume, a reușit prin eforturi conjugate ale echipei de bibliotecari să fie alături de copii, părinți prin îndemnul #noipovestim, să îi susțină și să îi încurajeze că #totulvafibine.

Această inițiativă educațională, lansată în cadrul Săptămânii Creativității și Inovației, a adus mai aproape satisfacția lecturii, semnificația profundă a poveștilor și a basmelor pentru cei mai mici cititori, invitând, totodată, părinții, bunicii să se bucure împreună cu echipa de bibliotecari și prieteni ai bibliotecii care narează și împărtășesc sfaturi de alfabetizare timpurie.

Ne-am reorientat oferta de servicii pe online pentru a fi aproape de cititori, pentru a-i învăța, amuza, a-i ține aproape de carte, informație și lectură. <http://www.hasdeu.md/itemi-biblioteca-ta-voista-i-acasa-noi-povestim-31/>

## PROGRAM DE LECTURĂ LECTURI CU VOCE TARE

**Noțiune:** *o formă de dialog inteligent prin lecturi cu utilizatorii.*

**Scop:** *crearea unei colecții de conținut digital, audio/video cu lecturi pentru copii și adolescenți în mai multe limbi realizate de persoane din diasporă, de prietenii și ambasadorii BM.*

**Competențe:**

- dezvoltarea talentelor de lector;
- perfecționarea limbilor străine;
- dezvoltare abilităților tehnologice;
- crearea conținutului digital;
- implicarea personală în susținerea și promovarea lecturii.

Programul lansat online include lecturi din cărțile pentru copii de vârsta 7-12 ani în limbile engleză, franceză, germană, spaniolă și alte limbi de circulație internațională.

Este disponibil 24/24 pentru cititorii BM la care au aderat buneii, părinții cititorilor, admiratorii/următorii bibliotecii, din țară și străinătate, care au manifestat dorința de a citi cărți într-o limbă străină pentru a încuraja lectura și pentru a dezvolta ascultătorilor abilitățile verbale și de lectură, comunicare, gândire și imaginație.

Lecturi cu voce tare e dialogul inteligent dintre Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu” și generația de cititori care îmbină armonios lectura și tehnologia, astfel adaptându-se perioadei pandemice.

**PROGRAM DE LECTURĂ „SĂ REAUZIM  
POVESTEA”**

Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu”, în parteneriat cu Teatrul Municipal de Păpuși „Guguță”, a

lansat Programul de lectură cu voce tare „Să reauzăm povestea”. Săptămânal spațiile bibliotecilor se transformă într-un loc de lectură povești pentru copiii cu vârste între 3 și 10 ani. Ei petrec creativ și interactiv timpul într-o bibliotecă aproape de casă, ascultând povești din colecția bibliotecii, în lectura bibliotecarilor și actorilor.

**Noțiune:** *formă de atragere a copiilor la bibliotecă prin lecturarea și înscenarea poveștilor ca mijloc de învățare.*

**Scop:** *aderarea la inițiativa mondială de Lectură cu voce tare atrăgând cât mai mulți participanți și educându-le pasiunea pentru lectură și poveste.*

### **Obiective:**

- asigurarea unui mediu interactiv de desfășurare a programului;
- selectarea unui set de povești interesante;
- stabilirea unui parteneriat cu un teatru, un actor, un voluntar pentru implicarea în realizarea programului;
- utilizarea poveștilor în dezvoltarea imaginației copiilor;
- implicarea părinților alături de bibliotecari și actori în educarea obiceiului de a le citi povești copiilor.

### **Competențe:**

- dezvoltarea abilităților de socializare, empatizare și comunicare;
- învățarea să deosebească răul de bine, frumosul de urât;

- dezvoltarea unui obicei de ascultare/lectură a poveștilor;
- îmbunătățirea abilităților verbale;
- dezvoltarea vocabularului.

Prin organizarea Programului de lectură cu voce tare „Să reauzim povestea”, BM contribuie la însuflarea dragostei pentru lectură, la susținerea copiilor în dezvoltarea imaginației, creativității și curiozității, la încurajarea exprimării corecte și coerente, la petrecerea timpului într-un mod plăcut, amuzant și distractiv. [www.hasdeu.md/săreauzimpovestea](http://www.hasdeu.md/săreauzimpovestea).

## CAPITOLUL III

## ANIMAȚIA COGNITIV-CREATIVĂ

Atelier de creație	Program estival „Provocarea verii”
Atelier de dans	Salon de artă
Bibliodădaca	Salon de dans
BiblioTur	Seară artistică
Cenaclu	Seară de creație
CityQuest	Seară de dans
Club pe interese	Seară muzicală
Concurs	Șezătoare literară
Concurs <i>Bătălia cărților</i>	Spectacol/teatru
Concurs creativ	Tabără
Festival	Teatru de păpuși
LiteraTur	VeloTur
Medalion artistic	Zilele bibliotecii
Medalion muzical	Zilele Chișinăului
Noaptele lecturii	Zilele ușilor deschise
Program Connect Plus	

**CENACLU** vezi **Cap. II.**

### CLUB PE INTERESE

**Noțiune:** 1. *reuniune de persoane cu interese comune; asociere menită să creeze membrilor săi condiții favorabile pentru desfășurarea unei anumite activități (cultural-educative, științifice, cognitive etc.) în timpul liber; 2. cerc cultural-educativ recreativ, constituit pe lângă o bibliotecă, unde oamenii își pot folosi timpul liber în mod plăcut și folositor având la bază principiile de hobby-uri și interese comune.*

Cluburile reunesc persoane cu preocupări asemănătoare, în cadrul cărora este stimulată realizarea

unui schimb de opinii și susținerea atitudinii orientate spre un mod de viață activ, contribuind la dezvoltarea socială și culturală a membrilor săi. Cluburile organizate în cadrul bibliotecilor presupun implicit gruparea acestora pe criterii de interese comune, de nivel cultural și educațional, de vârstă.

**Scop:** *satisfacerea nevoilor de socializare, comunicare pe teme de interes comun al utilizatorilor BM.*

Am dat peste impresiile lui Mihail Sadoveanu despre o vizită în Occident („În țările capitaliste”): „Văd club unde se adună tovarășii grădinari și grădinărese, citesc gazete, ascultă radio, discută politică” –, cluburile reunesc oameni cu diferite interese. La BM au fost și sunt cluburi cu renume: „Klik” (Filiala „M. Lomonosov”, al iubitorilor de Chișinău); „Clubul odeștilor din Chișinău”; „Фиалки по средам” („Ițic Mangher”), „Biblioteca Mov” (profesional); Clubul istoricilor (BC), Club Ignite Hasdeu (BM), „Clubul poezilor desculți”, „Vinerea poezilor” („Onisifor Ghibu”), „Troleibuzul nr. 30” („Ștefan cel Mare”) etc.

### **Obiective:**

- stimularea creativității utilizatorilor BM;
- oferirea posibilității de a învăța lucruri noi;
- oferirea posibilității de a-și expune creațiile proprii în spațiile BM;
- organizarea timpului extrașcolar al elevilor, liceenilor, tineretului studios;
- crearea unui mediu favorabil pentru un refugiu cultural destinat utilizatorilor de vârstă a treia;
- acordarea posibilităților de explorare a serviciilor de bibliotecă;

- susținerea unui interes constant pentru lectură, artă și creație.

### **Competențe:**

- dezvoltarea abilității de afiliere și apartenență la un grup;
- munca în grup – explorarea intereselor, hobby-urilor în comun cu alți oameni;
- dezvoltarea abilității de a împărtăși și dărui cunoștințe altora.

### **Repere organizatorice:**

- elaborarea regulamentului de organizare a clubului;
- crearea unui auditoriu constant, cu o componență numerică stabilă și având în frunte un conducător al clubului;
- elaborarea însemnelor – logo, culoare, slogan, insignă;
- stabilirea periodicității întrunirilor;
- planificarea ședințelor cu indicarea datei, perioadei;
- punerea în discuție a programului și adoptarea variantei finale de către membrii clubului;
- participarea membrilor clubului la pregătirea și desfășurarea ședințelor;
- promovarea activității clubului pe blogul bibliotecii (informația cu privire la data și ordinea de zi a ședințelor);
- plasarea informației despre activitatea clubului pe site-uri și rețele sociale pentru atragerea noilor membri.



Pentru Seară de creație, Seară muzicală, Seară artistică, Medalion muzical, Medalion artistic, vedeți capitolul doi, aceste forme sunt organizate și se desfășoară după modelul Serii literare.

## CONCURS

Concursurile sunt organizate ca activități independente, dar se desfășoară și ca formă distractivă în cadrul altor activități ample, precum programe de lectură, servicii sau alte animații cu publicul, cum ar fi: Medalioane literare, Cluburi literare, Ziua bibliografiei, Zile de informare. Oferta Concursurilor este destinată preponderent copiilor și, într-o măsură mai mică, adolescenților. Adulții și seniorii încă se așteaptă invitați și oferați.

**Noțiune:** *o formă de dezvoltare creativă, ce reprezintă o competiție la care participă toți doritorii, iar învingătorii sunt desemnați în funcție de cunoștințele demonstrate, de abilitățile manifestate și de evoluarea participanților.*

Participarea la concurs îi provoacă pe utilizatorii BM să se implice afectiv și efectiv în realizarea temei, în studierea și selectarea literaturii necesare, dar și să-și dezvolte și să-și demonstreze capacitățile și abilitățile creative.

La BM Concursurile sunt concepute pe mai multe categorii:

- concursuri de erudiție – literare, istorico-literare, tematice, intelectuale etc.;
- concursuri de creație – de eseuri, de desen, de caligrafie, foto, handmade etc.

- concursuri literare – *Bătălia cărților, Turnirul lecturii, Ringul lecturii*; concurs de debut, de scriere creativă, de ghicitori;
- concursuri de recitaluri – poezii, epigrame;
- concursuri – Quiz-uri; BiblioQuest; de robotică, de coding, de benzi desenate, de cărți poștale, (postcarduri), de jocuri (șah, dame, lego) etc.

Concursul de erudiție este o competiție de întrebări și răspunsuri, care cere de la competitori un anumit bagaj de cunoștințe și pricepere de a le utiliza cu promptitudine în soluții laconice și corecte. Participarea la astfel de Concursuri trezește dorința de a cunoaște mai mult, antrenează memoria și agerimea minții. Specificul Concursurilor constă în faptul că ei își realizează sarcinile cognitiv-educative într-o formă distractivă.

Concursurile de erudiție pot fi mixte sau tematice, totodată se practică și unele varietăți cum ar fi: integrale, rebusuri literare, rezolvarea cuvintelor încrucișate etc. Concursurile mixte includ întrebări din diverse domenii, iar cele tematice sunt consacrate unui subiect.

**Scop:** *cultivarea și valorificarea potențialului intelectual, creativ și de cercetare al utilizatorilor.*

### **Obiective:**

- stimularea dezvoltării intelectuale a capacităților și competențelor utilizatorilor;
- stimularea activității de cercetare privind datele biografice și studierea creației unui scriitor sau a unei personalități notorii, a importanței unei perioade cultural-istorice, a unor realizări

- remarcabile ale savanților, a unor descoperiri științifice;
- atragerea utilizatorilor în organizarea unor activități cu caracter extracurricular, ce ar conduce la eficientizarea acestor activități.

### **Competențe:**

- dezvoltarea intelectuală a capacităților și competențelor utilizatorilor;
- dezvoltarea abilităților de cercetare;
- dezvoltarea gândirii creative a utilizatorilor BM;
- aprecierea calității produsului finit raportat la proiectul inițial.

### **Repere organizatorice:**

- stabilim tematica și scopul concursului;
- elaborăm Regulamentul;
- elaborăm criteriile de evaluare;
- stabilim grupul-țintă;
- desemnăm moderatorul;
- alegem un juriu sau o comisie consultativă;
- desemnăm, în prealabil, persoana sau echipa responsabilă de organizare și monitorizare a desfășurării concursului;
- afișăm pe panoul de informații condițiile de participare sau dacă e posibilă publicarea în presa scrisă și virtuală (în cazul concursurilor tematice, în anunț se specifică subiectul și se indică lista bibliografică);
- evaluăm răspunsurile;
- totalizăm rezultatele concursului și premiem participanții.

În funcție de forma de organizare, Concursurile pot fi individuale (elaborare postcard, poveste digitală, pictură etc.) sau colective. În cadrul Concursurilor individuale fiecare participant luptă pentru întâietatea personală, iar cele colective presupun angajarea a două sau mai multe echipe, cu un număr egal de persoane.

Concursul reprezintă o „luptă onestă” între adversari sau echipe care răspund mai bine, mai complet, mai profund, mai argumentat la întrebări.

### CONCURSUL „BĂTĂLIA CĂRȚILOR”

**Noțiune:** *concursul de lectură „Bătălia cărților” constituie o inițiativă orientată spre promovarea și dinamizarea lecturii în rândul copiilor (11-14 ani) și adolescenților (15-18 ani) prin cărțile de valoare ale literaturii universale și naționale. Un concurs care își propune să valorifice și să satisfacă apetența de lectură a copiilor și tinerilor, să-i convingă să fie parte a competiției, așa încât să perceapă lectura ca pe o necesitate umană.*

Biblioteca oferă suport, mentorat și tutoriale celor înscriși în *Bătălie* ca să cunoască detaliile acestui fascinant concurs. Găsiți pe [www.hasdeu.md](http://www.hasdeu.md) *Regulamentul de organizare a concursului „Bătălia cărților”* din care veți afla parcursul marcat de serendipitate al participantului în desfășurarea competiției – etapele, premiile, evenimentele la care vor lua parte.

Ne limităm aici doar la scop, obiective și competențe pe care și le formează participanții-lectori.

**Scop:** *promovarea și susținerea interesului pentru lectură în rândul copiilor și adolescenților pe*

*principiul competiției, confirmând rolul de mentor, animator, educator în dezvoltarea și stimularea lecturii la BM.*

### **Obiective:**

- atragerea și motivarea unui număr cât mai mare de copii și adolescenți la lecturi bune;
- educarea lecturii ca atribut indispensabil dezvoltării personale și cunoașterii lumii;
- consolidarea imaginii BM de instituție-mentor al lecturii în comunitatea chișinăuiană;
- educarea unei mentalități personale de recunoaștere a faptului că lecturile valoroase pot fi găsite la BM.

### **Competențe:**

- educarea lecturii printr-un joc de hazard;
- experimentarea unui concurs cu premii sau a unei competiții în care nimeni nu pierde;
- abilități de evaluare a unei cărți și de scriere a unei pledoarii în favoarea cărții preferate;
- educarea sentimentului civic și de apreciere a inițiativelor comunitare.

**Concursul de creație** este o activitate cu publicul, care evidențiază, stimulează persoane cu aptitudini diferite și interese sporite pentru un anumit domeniu. Este și un factor educativ al participanților, un mijloc de exprimare, de manifestare și exteriorizare a lumii lor interioare, a tendințelor și aspirațiilor, care-și găsesc în ea o reprezentare mai directă, uneori și mai adecvată decât în alte domenii de activitate. Pentru a atrage un cerc cât mai larg de utilizatori la

competiții de creație, BM organizează diverse concursuri de creație cum ar fi: de eseuri, de caligrafie, de pictură, de fotografii, de artizanat etc.

**Scop:** *stimularea, inspirarea și recunoașterea capacităților creative ale utilizatorilor BM și ale chișinăuienilor.*

### **Obiective:**

- crearea modalităților și oportunităților de manifestare intelectuală și creativă a utilizatorilor BM;
- identificarea și atragerea utilizatorilor doritori să-și valorifice creativitatea în cadrul activităților organizate de BM;
- identificarea potențialilor parteneri creativi și integrarea lor în realizarea scopurilor și strategiilor BM;
- constituirea unei imagini și percepții colective a BM ca bibliotecă pentru toți.

### **Competențe:**

- cultivarea spiritului competitiv;
- dezvoltarea abilităților creative;
- educarea curajului de a-și testa capacitățile personale la cunoașterea unui subiect;
- formarea conștiinței că BM e biblioteca stimulatorie de lectură, dezvoltare și frumos.

### **Repere organizatorice:**

- desemnăm comisia de organizare a concursului;
- desemnăm persoana responsabilă pentru informații suplimentare (telefon de contact);

- identificăm contribuabilii și determinăm premiile ce vor fi acordate;
- elaborăm Regulamentul concursului (condițiile de participare, stabilim tematica concursului, gen/specie literară, grupul-țintă, termenul de desfășurare, locul, motivarea și posibilele criterii de evaluare a lucrărilor: originalitatea textului; modalitatea de abordare a subiectului propus; aprecierea dată deja de alți specialiști în materie, în afara membrilor juriului; participarea autorului lucrării la expoziții (pictură, artizanat etc.);
- stabilim componența juriului din persoane competente (scriitori, critici literari, artiști plastici, interpreți, bibliotecari etc. ) care vor selecta lucrările pentru premiere;
- diseminăm informația despre condițiile de participare: plasarea pe blog/site-ul bibliotecii, pe rețelele sociale, pe panoul de informații și în mass-media locală;
- lansăm concursul propriu-zis.

Printre multiplele forme de realizare a educației literar-artistice, Concursurile de creație organizate de BM, de regulă, în colaborare cu instituțiile de învățământ superior și cu unele școli de arte plastice, cu uniunile de creație, permit utilizatorilor BM să se lanseze, să aspire la dezvoltarea capacităților literar-artistice, dar și să se autoevalueze.

## ȘEZĂTOARE LITERARĂ

*Noțiune: 1. O adunare de mici dimensiuni specifică mediului rural la care se lucrează, se cântă, se*

*povestesc și se joacă anumite jocuri sociale, spunând povești, ghicitori și glume; 2. O întrunire, reuniune, cinaclu, serată muzicală sau literară.*

*Scop: să transmitem tradiții; valori literare și folclorice, în formă animată de șezătoare.*

### **Obiective:**

- crearea unui mediu propice relaxării și socializării, schimbului de idei;
- transmiterea folclorului literar;
- împărtășirea culturii populare;
- crearea (spațiu, artefacte) unei atmosfere de voie bună, specifică șezătorii.

### **Competențe:**

- dezvoltarea proceselor de cunoaștere (gândire, limbaj);
- interpretarea expresivă a rolurilor dintr-o poveste, poezie, fragment de proză, a unui monolog;
- intonarea, în grup, a cântecelor cunoscute;
- formarea capacității de a crea (a broda, a coase, a croșeta);
- crearea deprinderii de exprimare corectă și expresivă;
- însușirea de cuvinte noi și expresii literare într-o formă atractivă;
- prezentarea în mod expresiv a glumelor, proverbelor, zicătorilor.

Organizarea și desfășurarea se realizează conform metodologiei șezătorii populare pe care o cunoaștem. Șezătoarea literară o putem crea după interesul



și scopul nostru, dar implicând elemente de șezătoare populară. La BM se practică cu succes Șezători de menținere și promovare a tradițiilor populare naționale la filialele „Ovidius”, „Hristo Botev” și Biblioteca Centrală.

## NOȚILE LECTURII

Program lansat în 2009, cu sloganul: *Uși deschise, cărți distinse, lumini aprinse...* la Biblioteca „Ștefan cel Mare”, preluat, în același an, de Biblioteca „O. Ghibu” cu genericul *Bibliotecile albe*.

**Noțiune:** 1. *Program de activități nocturne orientate pe promovarea modelului inovativ, menit să satisfacă cerințele utilizatorilor de a extinde orele de funcționare pentru publicul larg;* 2. *Practicarea activității nocturne pentru elevi și studenți, facilitând pregătirea lor pentru sesiunile de examen.*

**Scop:** *extinderea utilizării serviciilor de bibliotecă, oferind utilizatorilor opțiuni de acces nelimitat, oportunități de a găsi în orele nocturne petrecute în bibliotecă un spațiu de refugiu propice fie documentării, comunicării, destinderii sau delectării, reflecțiilor compensatorii contra singurătății și frustrărilor cotidiene.*

Agenda acestui program poate include diverse activități și forme – mese rotunde, jocuri de societate, seri de artă sau literare, concursuri, lansări, prezentări de carte, spectacole etc.

Obiectivele, competențele sunt identice cu cele ale Programelor de lectură. Modelul de organizare și desfășurare depinde de scop și de stilul bibliotecii și inventivitatea bibliotecarilor ei.

## SPECTACOL/TEATRU

**Noțiune:** *reprezentatie (teatrală, cinematografică etc.); ansamblu de elemente, de lucruri, de fapte care atrag privirile sau atenția, care impresionează, care provoacă reacții; orice reprezentatie dată pentru public.*

Bibliotecile publice se înscriu în accepțiunea sensului al doilea – ansamblu de elemente care atrag și impresionează. Există mai multe biblioteci care au în structura lor teatre: Biblioteca „Ițic Mangher”, Biblioteca „Târgoviște”, Biblioteca Metropolitană București (pentru copii și tineret); Biblioteca Județeană „Panait Istrati” Brăila (pentru adulți) și altele.

Festivitățile organizate în bibliotecile publice destinate preșcolarilor și școlărilor din clasele primare au un pronunțat caracter distractiv-educativ de spectacol. Aproape toate filialele fac spectacole, înscenări, dar ocazionale, ca părți de intervenție în alte forme de animație cu publicul. Exemple frumoase, cu rezultate deosebite, au înregistrat bibliotecile: „I. Mangher”, „N. Titulescu” și „Târgoviște”, care au ieșit din conceptul „elemente de spectacol” extinzând viziunea lor asupra teatrului de păpuși, al spectacolului în sine.

În practica Bibliotecii Municipale Spectacolele s-au încetățenit ca metodă de ascultat și vizionat, de lecturat povești. În 2018, BM, în colaborare cu Teatrul Municipal de Păpuși „Guguță”, a lansat Programul „Să reauzim povestea”, la care actorii acestui teatru o dată pe săptămână mergeau la biblioteci și citeau povestea, utilizând păpuși sau alte artefacte.

Pentru utilizatorii de vârstă mică, Biblioteca Municipală a avut o activitate diferită de cea tradițională, prin Spectacolele montate de Teatrele de păpuși „Spiridușii” (Filiala „Alba Iulia”), „Foișorul cu povești” (Filiala „I. Mangher”), „Gogoșa” (Filiala „A. Donici”) „BiblioPicii” („Târgoviște”). „Lia-Ciocârlia” („Ștefan cel Mare”). Aceste teatre erau constituite din „actori”-elevi, utilizatori ai Bibliotecii Municipale, fiind ghidați de un bibliotecar cu abilități teatral-regizorale.

*Scop: familiarizarea publicului cu teatrul și teatralizarea, educația artistică a chișinăuienilor și orientarea profesională pentru copii și adolescenți către profesiile artistice.*

### **Obiective:**

- diversificarea animației prin atragerea unui public, vizual și auditiv, cât mai numeros la bibliotecă;
- provocarea curiozității față de valorile teatrale;
- implicarea utilizatorilor în organizarea și desfășurarea spectacolelor;
- trezirea interesului față de carte și lectură prin spectacole.

### **Competențe:**

- familiarizarea cu arta teatrală;
- dezvoltarea abilităților de interpretare, ținută scenică, dicție, mânăuirea păpușilor;
- experimentarea rolului de actor, regizor, scenarist;

- dezvoltarea pasiunii pentru teatru și actorie ca profesie.

### Repere organizatorice:

- desemnarea unei persoane cu abilități de regizor sau a unui bibliotecar talentat, pasionat de teatru sau special instruit, care să monteze cu copiii spectacole; cel mai bine e să identificăm un voluntar pasionat de teatru (poate fi un student de la facultatea de artă teatrală, film sau un actor pensionat);
- identificarea și selectarea micilor actori;
- confecționarea costumelor (dacă BM nu le poate achiziționa);
- învățarea textului, a scenariului și a replicilor;
- organizarea repetițiilor;
- organizarea premierei și prezentarea ulterioară a spectacolului;
- inițierea discuțiilor pe marginea reprezentației.

Efectul scontat al spectacolelor este ca, în urma vizionării acestora, spectatorii-copii să poată face diferență între bine și rău, frumos și urât, adevăr și minciună.

## TEATRU DE PĂPUȘI

**Noțiune:** o prezentare înscenată a unor texte literare sau fragmente din acestea cu utilizarea păpușilor-jucării.

Prin decor, atmosferă, momente hazlii sau serioase, spectacolele de păpuși redau mesajul generos al lucrării înscenate, încurajează copilul să caute și

să citească opera literară, le trezesc interesul pentru lectură, carte, bibliotecă.

Copiii participă și înscenează texte sau fragmente, își dezvoltă abilități de mânăuire a păpușilor cunoscând tehnicile păpușarilor. Metodele și tehnicile utilizate: citirea cu voce tare, înscenarea poveștilor, reproducerea textului audiat, exercitarea jocurilor lingvistice și de dicție, modificarea narațiunii basmului de către copii, introducerea în subiect a unor personaje noi etc. Copiii-actori au libertatea de a-și alege operele, poveștile, poeziile pe care vor să le teatralizeze.

### ATELIER DE CREAȚIE

**Noțiune:** *o formă de a petrece creativ și plăcut timpul liber, prin care utilizatorii BM însușesc cu pasiune arta decorativă, cea fotografică, origami, croșetarea, olăritul, floristica, teatrul etc.*

**Scop:** *formarea abilităților de confecționare a unor produse de artizanat sau a unor lucrări de artă într-un mod creativ și artistic, valorificând și menținând, totodată, atenția asupra tradițiilor și implementarea unor noi forme de lucru manual.*

#### Obiective:

- susținerea inițierii și afirmării creative a utilizatorilor;
- încurajarea dezvoltării aptitudinilor și a interesului de a crea manual obiecte de artă;
- instruirea profesională a celor pasionați de domeniile respective;
- stimularea unui interes de durată pentru aceste activități;

- efectuarea schimbului de experiență între participanți;
- oferirea posibilității de a utiliza spațiile bibliotecii în parteneriat cu meșterii populari, atrăgându-i în procesul instructiv-creativ al utilizatorilor interesați.

### **Competențe:**

- dezvoltarea aptitudinilor și a interesului de a crea obiecte cu mâinile proprii;
- formarea dexterității și a motricității fine;
- educarea dragostei față de arta populară și patrimonială;
- crearea abilităților de utilizare a tehnologiei pentru a-și promova și vinde lucrările.

### **Repere organizatorice:**

- desemnăm conducătorul din rândurile specialiștilor în materie (se admite și din rândul bibliotecarilor versați în domeniu);
- identificăm doritorii de a participa la atelier;
- stabilim programul de activitate, a periodicității și a duratei ședințelor;
- amenajăm spații adecvate pentru activitatea atelierului;
- achiziționăm materialele și uneltele necesare;
- selectăm cele mai reușite lucrări ale membrilor pentru expoziții locale și naționale.

### **Desfășurarea:**

- întrunirea membrilor conform programului stabilit;

- propunerea de către conducător a tematicii întrunirilor în funcție de domeniu: pictură, artă fotografică, croșetare, împletit, cusut, floristică, origami etc.;
- organizarea în cadrul atelierului a expozițiilor de obiecte confecționate de către participanți.

Prin aceste forme de animații originale BM susține pasiunea pentru activitatea creativă, care poate deveni definitorie în alegerea de mai departe a profesiei, în păstrarea și perpetuarea tradițiilor populare.

### ATELIER DE DANS

**Noțiune:** *formă de învățare a mișcării artistice a corpului, executată în ritm de muzică, având caracter de artă sau de divertisment. În cadrul atelierului, corpul este abordat ca un spațiu deschis, de explorat, un spațiu capabil să surprindă și să se surprindă, scăpând de rutină și de obișnuințele cotidiene.*

**Scop:** *crearea posibilităților de a conștientiza și sensibiliza corpul, pregătindu-l pentru noi descoperiri, pentru a debloca propriile resorturi creative și pentru a dezvolta capacitatea de a „vorbi” prin mișcare.*

Metoda presupune atât antrenament fizic, cât și jocuri și improvizații, concentrându-se pe spontaneitate și autenticitate.

### Obiective:

- antrenarea sensibilității, imaginației și creativității participanților;
- comunicare prin mișcare;
- dezvoltarea propriului mod de mișcare;
- dezvoltarea senzorialității corporale.

Dansăm experimentând, permițându-ne să ne jucăm, să căutăm, să greșim, să o luăm de la capăt, să modificăm, până când sensibilitatea și imaginația noastră își vor găsi forma exterioară optimă de exprimare.

### **Competențe:**

- dezvoltarea creativității, a inițiativei (individuale sau de grup);
- formarea sau îmbunătățirea abilităților de cooperare;
- antrenarea ascultării active și a abilităților de negociere a interiorului cu exteriorul;
- deschiderea fiecărei persoane și disponibilitatea ei;
- descoperirea posibilității de a fi, de a simți, de a relaționa și interacționa, de a se exprima.

În rețeaua Hasdeu este practicat doar la CAIE.

## **PROGRAM ESTIVAL**

### **„PROVOCAREA VERII”**

„Provocarea verii” este un Program cu impact comunitar și instituțional mai mare decât celelalte programe ale BM luate împreună. A produs o turură de la modul obișnuit de abordare a animației cu publicul, distrugând idei preconceptuate, tipare învechite de gândire, practici și ritualuri vechi de cultură instituțională. Vorbim despre 12 săptămâni de imersiune cognitivă, experiențială și socială! 12 săptămâni de lecturi, descoperiri, de experimente și de STEAM – biblioteca a fost platformă, incubator și



laborator, care a contribuit la crearea unei mentalități de dezvoltare a bibliotecarilor și a copiilor.

Programul „Provocarea verii” s-a evidențiat prin diversitate și a adăugat valoare socială și culturală BM.

**Scop:** dezvoltarea competențelor, abilităților copiilor și adolescenților de a crea, a explora, a inova și de a le aplica în viața de zi cu zi.

### Obiective:

- crearea unui mediu propice mentalității de dezvoltare personală a bibliotecarilor și a copiilor bazat pe lectură;
- transformarea bibliotecii în platformă de socializare, incubator de idei, laborator de cercetare, de STEAM și de descoperiri;
- demontarea modelelor vechi de activitate, ineficiente, anoste, neatractive, invizibile pentru utilizatori și comunitate;
- crearea unei oferte irezistibile de noi metode, forme și modele de animație cu publicul;
- sporirea numărului de utilizatori ai serviciilor BM, formându-le un atașament față de bibliotecă.

**Competențe generale** obținute de către utilizatori: flexibilitate mentală; capacitate de a rezolva probleme complexe; gândire critică; creativitate; sociabilitate; STEAM și cunoștințe interdisciplinare. Detaliat despre competențe specifice, pe fiecare componentă a PV – *Citește. Descoperă. Creează!*, citați în revista *BiblioPolis* Vol. 74 (2019) Nr. 3.

## Metodologia de organizare și desfășurare

Pentru a implementa un așa megaprogram ambițios de cunoaștere și de învățare, biblioteca are nevoie de potențial și capacitate, de resurse unice, spații creative și de materiale necesare bunei desfășurări. Mai e nevoie de competențele și talentele angajaților, ale voluntarilor și ale partenerilor pentru a oferi un format prin care chișinăuienii să obțină abilități și competențe indispensabile pentru viitor.

PV a implicat BM într-o „cursă pentru viitor”, cum spunea, cu referire la inovație C.K. Prahalad, lider-teoretician în strategii. PV ne-a oferit oportunitatea de a ne cultiva o înțelegere mai bună cu privire la felul în care se schimbă lucrurile, de a ne planifica soluția adecvată, iar după asta de a face tot posibilul și imposibilul pentru a-l realiza.

PV 2019 a avut sloganul *Citește. Descoperă. Creează!* Încercarea de a susține PV în mediul online a dus la alt concept, unul mai simplu – realizarea doar a componentei *Lectura*, iar ca metodă de executare a fost utilizat concursul *Turnirul lecturii*. Sperăm, format temporar al PV.

„Provocarea verii” este programul inovativ care a schimbat optica viziunii asupra relației cu utilizatorul și comunitatea: *Încetăm să mai oferim utilizatorului, chișinăuiianului ceea ce avem. Începem să oferim lucrurile de care oamenii au sau vor avea nevoie.*

## FESTIVAL

**Noțiune:** *ciclu de manifestări și animații culturale, literare, artistice, muzicale, teatrale cu program variat, ocazional sau periodic.* ◇ *Manifestare cu caracter*

*festiv, organizată periodic, unde se demonstrează realizările într-un domeniu artistic, muzical, teatral, literar, biblioteconomic; ◇ festival-concurs (artă) Festival în cadrul căruia are loc și un concurs.*

**Scop:** *activarea comunității direcționată pe un subiect – cultural, comunitar sau de prezentare a unor rezultate dintr-un domeniu.*

### **Obiective:**

- promovarea unui domeniu (carte, lectură, servicii etc.) print-un eveniment festiv și animații culturale, la scară largă (nivel local, național, internațional);
- recunoașterea bibliotecii ca actor comunitar cu contribuții de dezvoltare culturală;
- sporirea imaginii bibliotecii în comunitate ca organizator de evenimente comunitare festive;
- atragerea chișinăuienilor ca voluntari și parteneri în organizarea și desfășurarea festivalurilor.

### **Competențe:**

- cunoașterea unui domeniu: editorial, teatral, artistic, gastronomic, turistic;
- experimentarea unor emoții pozitive de mirare și bucurie, de satisfacție și de împlinire;
- participarea la diferite provocări, concursuri, degustări etc.;
- învățarea să-și petreacă cu folos timpul liber;
- conștientizarea festivalului ca instrument de învățare.

Nata Albot, experimentată în ale festivalurilor, ne oferă o metodologie de organizare în cinci pași:

1. Prima resursă foarte importantă – voluntarii: „Fără voluntari, nu am face nicio treabă. Nu trebuie să-i convingi; noi facem un call-out și ei se înregistrează, vin cu mare drag și participă”.
2. Contribuția ne-financiară a sponsorilor: merge la motivarea voluntarilor: cadouri, Gadget-uri, căști, cosmetice – tot de ce putem face rost.
3. Capacitatea de a te reorienta rapid – e foarte important să te reorientezi rapid când ceva nu merge.
4. Capacitatea de a controla emoțiile. Fiind o formă de animație complexă, este foarte important controlul asupra panicii care survine involuntar pentru că de tine depind oamenii, nu ești doar tu.
5. Comunicarea corectă a evenimentului: forme vizuale însoțite de text foarte puțin. Ar trebui să apelăm la interviuri scurte, de 1-1,5 minute, însoțite de text lizibil pe ecran, niște videouri care să nu-l oblige pe om să stea 10 minute ca să înțeleagă despre ce e vorba. Îi faci rezumatul, mesteci informația pentru el și o pui pe ecran.

Mai desfășurat vedeți tutorialul la: <https://www.culturepartnership.eu/ro/article/nata-albot>

O variantă detaliată într-un manual: <https://www.slideshare.net/budureleonora/manual-pentru-organizarea-unui-festival-al-nvrii>

BM participă la diverse Festivaluri literare ca partener: *Festivalul Cărții și Lecturii*, *Festivalul Primăvara europeană a poezilor* (Filiala „O. Ghibu”), dar și practică această formă: *Festivalul cărții evreiești*, organizat de Filiala „Ițic Mangher” și *Festivalul*

*postcardurilor* (un festival-concurs), desfășurat la nivel de rețea.

## **BIBLIODĂDACA**

**Noțiune:** *program orientat spre dezvoltarea cognitivă a copiilor cu vârsta între 1 și 5 ani lăsați în seama „bibliodădacei” pentru o perioadă nu prea îndelungată, în timp ce părinții își rezolvă problemele cotidiene.*

**Scop:** *familiarizarea părinților și a copiilor acestora cu lumea miraculoasă a cărților, cultivarea primelor deprinderi de a citi.*

### **Obiective:**

- acordarea de asistență metodică părinților în probleme de educație a copilului prin oferirea de publicații în domeniu;
- instruirea părinților referitor la inițierea micuților cu lumea cărții;
- oferirea consultațiilor referitor la rolul lecturii în familie.

### **Competențe:**

- îmbogățirea spirituală a copiilor;
- dezvoltarea atașamentului față de cărți;
- educarea interesului pentru lecturi cu voce tare;
- dezvoltarea imaginației artistice;
- coordonarea mișcărilor;
- dezvoltarea atenției la lectura cărților;
- dezvoltarea capacităților senzoriale și comunicative.

**Repere de organizare:**

- constituim inițial grupul de părinți care au de rezolvat unele probleme, dar nu au în seama cui lăsa copilul pentru o anumită perioadă de timp;
- elaborăm programul cu conținut variat pentru educarea lecturii din fragedă copilărie (cărți, lecturi, jocuri, dans, muzică, pictură, teatru);
- convingem părinții de siguranța aflării copiilor lor la bibliotecă;
- promovăm programul în comunitate;
- împărtășim experiența în comunitate și între colegii bibliotecari;
- colectăm feedback pentru îmbunătățiri;
- calculăm impactul.

**ZILELE BIBLIOTECII**

**Noțiune:** *eveniment de comunicare a activității unei instituții făcut în fața unui public, a unei autorități asupra activității colective anuale; eveniment de raport sau dare de seamă a bibliotecii în fața comunității, cuprinzând prezentări orale și alte metode de animație și comunicare care reflectă activitatea din toate unghiurile de vedere.*

Evenimentul este un mix de marketing cu forme complexe. Poate fi Ziua bibliotecii dacă durează o singură zi. Nu este însă un eveniment cumva mai simplu – respectă caracterul complex și utilizează cât mai multe și diverse forme de comunicare a activității. Zilele bibliotecii pot dura și trei-cinci zile.

Unele biblioteci organizează Ziua ușilor deschise sau Săptămâna ușilor deschise. Dar aceste două forme, diferite ca durată, nu sunt echivalentul sau

sinonimul Zilelor bibliotecii. Ca formă de marketing (promovare a bibliotecii) Ziua ușilor deschise se poate face de câteva ori pe an, poate fi tematică (ce putem oferi pe o temă de interes comun ori în vogă) sau pentru diverse grupuri de utilizatori (femei, copii, adolescenți, mămici cu copii, seniori).

**Scop:** *comunicarea rezultatelor în fața comunității, a fondatorului și a utilizatorilor, pentru a demonstra impactul și contribuția bibliotecii la dezvoltarea personală pe tot parcursul vieții, educarea lecturii, informației, culturii chișinăuienilor, consolidând imaginea de oraș inteligent printr-un dialog interactiv.*

#### **Obiective:**

- promovarea bibliotecii și a *Ofertei de servicii*;
- consolidarea și diversificarea relațiilor de colaborare cu comunitatea;
- identificarea noilor parteneri pentru colaborări ulterioare;
- sporirea numărului de utilizatori atrăgând non-utilizatorii la bibliotecă;
- demonstrarea contribuției socio-culturale a bibliotecii pentru comunitate;
- justificarea utilității bibliotecii la dezvoltarea comunității chișinăuiene.

#### **Repere organizaționale:**

- elaborăm conceptul Zilelor (una sau trei-cinci zile);
- decidem asupra conținutului evenimentului (tipul și formatul prezentărilor, forme și metode

- utilizate pentru a oferi comunității un program atractiv);
- discutăm despre mesajul transmis comunității, formele de comunicare sau elaborăm organigrama evenimentului, identificăm cine și de ce este responsabil;
  - decidem și delegăm cine și ce comunică/prezintă;
  - identificăm un moderator profesionist al evenimentului de deschidere a Zilelor bibliotecii;
  - elaborăm o strategie de comunicare a programului (la evenimente de acest fel avem nevoie de multe, diverse și inedite materiale de promovare);
  - identificăm invitații de onoare;
  - organizăm un flux continuu de utilizatori pentru care se vor organiza prezentări ale bibliotecii pe diverse aspecte de activitate pliate pe specificul grupului;
  - construim scenariul detaliat – oră, minute, secunde;
  - elaborăm bugetul;
  - invităm mass-media;
  - amenajăm, decorăm spațiul;
  - anunțăm evenimentul;
  - facem repetiție;
  - așteptăm invitații.

Zilele bibliotecii e cel mai mare și cel mai important eveniment anual, e un fel de *Hram al bibliotecii*, un eveniment cardinal, imperios necesar pentru a consolida relația cu comunitatea. Fiecare moment trebuie bine țintit, bine pregătit. Bibliotecile au



simplificat la minimum Zilele bibliotecii. Dar nu aceasta e greșeala capitală. Greșit este faptul că le fac cu alt scop sau ca alte evenimente ocazionale. Zilele bibliotecii sunt organizate ca să comunice rezultatele activității, ca să justifice în fața comunității banii alocați, contribuția cultural-informațională desfășurată. Elementele definitorii și obligatorii sunt: (1) raportul directorului în fața comunității; (2) publicul (cât mai mulți utilizatori și nonutilizatori); (3) fluxul continuu al vizitatorilor. Evenimentul de deschidere a ZiBi necesită un moderator, de preferință un actor, o personalitate notorie sau un utilizator cu talent de moderator.

### Repere de desfășurare

Deschiderea evenimentului:

- moderatorul salută audiența, prezintă invitații de onoare, fondatorii, personalitățile notorii, utilizatorii cei mai fideli (10, 15, 20 de ani de loialitate) etc.;
- invită directorul bibliotecii pentru prezentarea raportului asupra activității anuale, în cel mai atractiv și animat fel;
- urmează prezentarea unor produse;
- prezentarea serviciilor;
- prezentarea unui spectacol (cu participarea utilizatorilor și a bibliotecarilor – avem această experiență frumoasă și unică la Biblioteca „Ițic Mangher”).

Apoi vin grupurile organizate/invitate de copii, liceeni, studenți, utilizatori cărora bibliotecarii le prezintă serviciile, rezultatele obținute, îi invită să

devină cititori, dacă nu au reușit să o facă (sau să se înscrie).

În funcție de tip și durată, evenimentul Zilele bibliotecii poate fi foarte complex sau poate avea o variantă simplă/modestă. Filialele pot organiza o singură zi și a Zilelor bibliotecii, dar scenariul de mai sus e obligatoriu. În cazul unei singure Zile a bibliotecii, după raportul în fața comunității, sunt formate grupuri de vizitatori la ore diferite, până la sfârșitul zilei de muncă a bibliotecilor.

BC și filialele mari ca „Transilvania”, „M. Lomonosov”, „I. Mangher”, CAIE, „Târgoviște”, „Târgu-Mureș”, „Ovidius”, „Maramureș” etc. pot organiza evenimente complexe de durată mare (3-5 zile). O astfel de variantă include toată banca de metode și forme de animație. Pot fi organizate diverse activități pentru utilizatori: un simpozion, o conferință, un maraton, un talcioc, un battle, concursuri, expoziții de artă, de carte, spectacole, teatralizări, competiții interne pe diverse teme, prin care prezentăm interactiv serviciile și programele. Un Hackaton ar implica utilizatorii în elaborarea unor produse, un Open Space, o Cafenea publică sau o activitate ca „Vocea utilizatorului”, prin care am colecta sugestii de îmbunătățire și inovare a serviciilor, poate fi prilej de a afla necesitățile lor informaționale, literare sau creative ori de a colecta feedback.

Ținem minte că evenimentul nu se termină când cade cortina. Nu uităm să promovăm, să mulțumim, să oferim interviuri (audio și video), să scriem pe blog, la „BiblioPolis”, „BiblioCity” sau în alte reviste și ziare; să facem o poveste digitală, video cu

secvențe de la evenimentele ZiBi, cu impresiile participanților, atât în timpul evenimentelor, cât și la final. Toate acestea pentru a ajunge vestea și povestea noastră și la membrii comunității care n-au participat la Zilele bibliotecii.

## ZILELE CHIȘINĂULUI

Prioritatea numărul unu a BM este chișinăuiul și Chișinăul. Tematica Chișinău rămâne *terra permanenta* în activitatea științifică și de animație culturală. BM a lansat în 2009 programul Decada „Orașul meu”, care se derula de la 4 la 14 octombrie, redenumită din 2018 în „Zilele Chișinăului”, desfășurate în perioada 10-14 octombrie. Din anul 2019 „Zilele Chișinăului” au loc în luna iulie și sunt organizate cu prilejul Primei atestări documentare a orașului – 17 iulie.

**Scop:** *Promovarea și valorificarea patrimoniului istoric și cultural al Chișinăului.*

Animația culturală se axează pe diverse forme de activități, propunând utilizatorilor informații utile despre oraș, fapte interesante din istoria și viața cotidiană a capitalei, personalități istorice și contemporane care i-au animat existența.

### Obiective:

- elaborarea unei oferte inteligente, incitante, ludice de promovare a istoriei, a oamenilor, a locurilor pline de glorie ale Chișinăului;
- implicarea chișinăuienilor în programe de instruire și formare a competențelor necesare unui oraș inteligent;

- implicarea chișinăuienilor în animația de dezvoltare creativă, contribuind cu talentele și abilitățile lor la celebrarea Chișinăului;
- comunicarea și promovarea contribuției BM la valorificarea și crearea patrimoniului istoric, cultural, literar prin studii și cercetări cu tematica Chișinău;
- promovarea cercetării bibliografice ca metodă de preservare a memoriei personalităților chișinăuene.

### **Competențe:**

- cunoașterea Chișinăului;
- educarea dragostei față de orașul natal de la vârsta copilăriei;
- dezvoltarea/educarea sentimentului de apartenență comunitară prin forme și metode experiențiale;
- afilierea și apartenența la un grup;
- contribuția proprie la o cauză comună;
- comunicarea în public cu personalități chișinăuene (scriitori, istorici, sportivi, inventatori etc.);
- cunoașterea oamenilor notorii, cu contribuții substanțiale la dezvoltarea Chișinăului;
- educarea sentimentului civic prin participarea la o inițiativă comunitară;
- învățarea rapidă prin cunoașterea unor aspecte de interes cultural și istoric despre Chișinău;
- învățarea interactivă.

Zilele Chișinăului este un program complex cu un divers mix de activități, inițiat, coordonat și

facilitat de Secția „Memoria Chișinăului” care scoate în evidență toate aspectele legate de trecutul, prezentul și viitorul Chișinăului. În cadrul Zilelor, BM oferă tuturor chișinăuienilor o gamă largă de forme și metode de animație: conferințe, mese rotunde, lecții publice, lansări de carte, prezentări de publicații, întâlniri cu personalități spectacole, discuții despre diverse aspecte sociale, cultural-artistice, arhitecturale, literare ale Chișinăului, concursuri de cunoaștere a Chișinăului (teste, jocuri intelectuale, quiz etc. ); curiozități din istoria și viața contemporană a capitalei, concursuri de eseuri, de desen, de caligrafie, de povești digitale; vernisaje și expoziții de pictură etc. În cadrul Zilelor Chișinăului filialele organizează un spectru larg de animație cu publicul care cuprinde toate categoriile de vârstă ale chișinăuienilor.

În 2021, an aniversar – 585 de ani de la prima atestare documentară – tema „Chișinău” a fost dominantă Programului estival „Provocarea verii” cu genericul „Citește și descoperă Chișinăul” destinată copiilor.

Desfășurarea Zilelor Chișinăului se realizează după metodologia Zilelor bibliotecii, doar tema rămâne constantă – Chișinăul.

Oferim un exemplu de program – Zilele Chișinăului 2020 – care ilustrează caracterul complex al Zilelor și din care veți sesiza similitudinea cu metodologia de desfășurare a Zilelor bibliotecii. Derulat online, a avut un program foarte interesant, cu multe și diverse activități cu genericul *Te salut, Chișinău!*

Secția „Memoria Chișinăului” a dat start Zilelor Chișinăului 2020 cu **expoziția** organizată în rondul din preajma monumentului lui Ștefan cel Mare și Sfânt, *Chișinăul interbelic*, cu fotografii din colecții particulare;

**Conferința publică** *Călători străini despre Chișinău. De la origini până în 1812* despre istoria orașului Chișinău din perspectivă literară și culturală;

**Maratonul literar** *Citim Chișinăul!* Lecturi din antologia *Chișinăul în literatură*, publicație a Bibliotecii Municipale „B.P. Hasdeu” (poezie și fragmente din proză);

**Concursul de erudiție** *Cât de bine cunoaștem orașul nostru?*

O acțiune de anvergură a fost informația audio din troleibuze – **100+ fapte interesante despre Chișinău** în lectura actriței Ludmila Gheorghîță.

**Expoziția** *Chișinăul delicios*, care prezenta circa 50 de produse cu denumirea „Chișinău” sau denumiri conexe: mezeluri, băuturi, produse de panificație, dulciuri ș.a.

Alte forme de animație a istoriei locale au fost **excursiile** pietonale organizate de BM. Filialele „Adam Mickiewicz” și „Transilvania” au lansat **călătorii virtuale prin Chișinău**, plimbând chișinăuienii prin cele mai frumoase și impunătoare locuri.

O inițiativă propusă de scriitorul Dumitru Crudu, **Oazele de liniște ale Chișinăului – tur cu bicicleta** prin cele mai pitorești locuri ale capitalei. Itinerarul a inclus zonele verzi pentru odihnă și relaxare: Lacul „Valea Morilor”, Pădurea de la Telecentru, dealurile

cu vii din Durlești, Pădurea din Durlești, Dealul de la Buiucani.

BM a oferit chișinăuienilor posibilitatea să urmărească online mai multe activități propuse de filialele Bibliotecii Municipale, multe de anvergură sau în premieră: concursuri, expoziții virtuale, eseuri, digest de materiale despre originile Chișinăului, recitaluri de poezie, întâlniri cu personalități (toate online), prezentări de carte și alte acțiuni desfășurate cu scopul de a aduce în prim-plan istoria și personalitățile Chișinăului, precum și *Chișinăul de altădată: amintiri*, comunicări video, transmisiuni live cu participarea istoricului și cercetătorului Iurie Colesnic, pictorului și fotografului Iurie Răileanu, istoricului Alexandru Ganenco, maestrului-coregraf Antip Țarălună și publicistului Tudor Țopa despre istoria, arhitectura, arta orașului Chișinău.

## BIBLIOTUR

**Noțiune:** *excursie pietonală realizată altfel de bibliotecarii BM, oferită chișinăuienilor, vizitatorilor din alte localități sau turiștilor străini.*

**Scop:** *promovarea, valorificarea și cunoașterea patrimoniului arhitectural, monumental și cultural al Chișinăului.*

### Obiective:

- diversificarea ofertei de servicii, a formelor și metodelor de cunoaștere a Chișinăului;
- promovarea orașului și a oamenilor care au contribuit la dezvoltarea lui;

- educarea la copii, la liceeni, la studenți a sentimentului de dragoste și de mândrie de a fi chișinăuieni;
- promovarea principalelor obiective istorice, culturale și administrative cetățenilor străini aflați în trecere prin Chișinău.

Patrimoniul cultural și istoric al capitalei reprezintă interes și atracție turistică prin clădiri istorice și monumente, acestea fiind, într-un fel, principala carte de vizită a țării și, totodată, dovadă de istorie seculară a Chișinăului. Sunt mulți cei care manifestă interes și necesitate de a cunoaște patrimoniul chișinăuian. În primul rând, chișinăuienii, apoi cetățenii străini veniți la Chișinău pentru afaceri, pentru activități științifice sau culturale care ne solicită prezentări ale principalelor atracții din oraș.

BM, situată în plin centrul orașului, a identificat nișa și a acoperit-o prin lansarea unui serviciu nou „*BiblioTur – descoperim Chișinăul altfel*”. Astfel, BM (Secția „Memoria Chișinăului”) răspunde la solicitarea internă și externă de cunoaștere a Chișinăului.

### **Repere de organizare:**

- formăm un grup de ghizi-bibliotecari;
- elaborăm traseul excursiei;
- stabilim obiectivele turistice;
- selectăm informațiile și elaborăm textele pentru fiecare obiectiv;
- participăm, ca să învățăm, la excursii prin oraș organizate de agențiile turistice;
- elaborăm materialele promoționale (pliante despre bibliotecă, despre obiectivele vizitate, harta orașului cu principalele atracții turistice);



- elaborăm și instalăm un indicator „Excursii prin oraș” pe fațada bibliotecii;
- elaborăm un formular de înregistrare online pe site-ul bibliotecii;
- procurăm, pentru ghizi, tablete pe care vor fi încărcate imagini și informații despre obiectivele prezentate;
- organizăm în parteneriat cu școlile, liceele grupuri pentru *BiblioTururi – descoperim Chișinăul altfel*;
- elaborăm un formular de evaluare a satisfacției participanților;
- colectăm feedback, identificăm așteptările viitoare;
- dezvoltăm noi trasee.

În 2020, s-a testat o nouă variantă a BiblioTurului – VeloTur, excursii cu bicicleta prin locurile pitorești ale orașului. VeloTur e pentru chișinăuienii cărora le place să meargă cu bicicleta, au biciclete și doresc să cunoască *Chișinăul necunoscut*.

Un nou proiect de program turistic este excursia LiteraTur: itinerare literare ale Chișinăului în cadrul căruia vor fi lecturate texte despre oraș, scrise de scriitori care au vizitat Chișinăul sau au locuit aici. LiteraTur pornește de la ideea de comunicare dintre text și spațiu. Textele scrise în perioade diferite, în genuri și abordări diverse, se „întâlnesc” și comunică pe aceleași trasee pe care chișinăuienii le traversează zilnic.

Programul turistic „Chișinăul evreiesc”, implementat de Filiala „I. Mangher”, este prestat cu scopul de a studia și populariza istoria, cultura, limba și tradițiile evreilor chișinăuieni, dar și a dragostei

pentru orașul natal; excursii generale și tematice pietonale, cu autobuzul sau virtuale, de care pot beneficia toți doritorii indiferent de vârstă. Excursiile se organizează pentru oaspeții capitalei din diferite țări și pentru chișinăuieni.

## CITY QUEST

### „CUNOAȘTEM CHIȘINĂUL ALTFEL”

**Noțiune:** *formă interactivă și animată de cunoaștere, formare, promovare prin combinarea sarcinilor cu provocările de căutare, identificare, recunoaștere.*

**Scop:** *cunoașterea patrimoniului cultural chișinăuian.*

#### Obiective:

- experimentarea unei forme interactive și animate de City Quest, reinventând-o pentru aniversarea Chișinăului – 585 de ani;
- facilitarea interacțiunii creative și colaborative între participanți;
- educarea sentimentului de apartenență a participanților la comunitatea chișinăuiană;
- petrecerea timpului cunoscând Chișinăul și învățând printr-o formă interesantă și diferită.

**Competențe:** de orientare, de cunoaștere și recunoaștere, de asociere, dialog, de muncă în echipă, de sincronizare a acțiunilor.

#### Repere de organizare și desfășurare:

1. Elaborăm conceptul, scopul, obiectivele și stabilim competențele care le vor obține participanții;

2. Elaborăm și stabilim *Indiciile, Provocările, Regulile și Locul desfășurării*;
3. Organizăm, înainte de start, o scurtă sesiune introductivă – ce și cum vom face:
  - ne întâlnim cu toții la ora X.XX la bibliotecă;
  - prezentăm facilitatorii;
  - împărțim participanții în trei, patru sau cinci echipe în funcție de scop;
  - individualizăm echipele (fiecare echipă își alege o denumire și un slogan motivațional);
  - prezentăm echipele participante;
  - explicăm regulile de joc;
  - fiecare echipă primește un *pașaport de identificare și lista de reguli*;
  - răspundem la întrebări, clarificăm nelămuririle;
  - anunțăm *Start Competiției!*
4. Asigurăm echipele cu materialele necesare pentru provocări.

**Durata:** 2-3 ore (poate dura până la 4 ore în funcție de scop, de grup, de provocări).

Ca să înțelegeți mai bine metodologia de desfășurare, componentele acestei forme de animație exemplificăm cu *Draftul desfășurătorului City Quest „Consolidarea echipei Hasdeu”*, experimentat de BM de Ziua competențelor profesionale. Această formă interactivă de dezvoltare și învățare poate fi aplicată cu orice grup demografic – de la copii la adulți – adaptând-o la necesitățile și caracteristicile de grup; poate fi aplicată în orice domeniu – cultură, educație, business, dezvoltare comunitară, formare profesională.

**Scopul:** *consolidarea și dezvoltarea abilităților profesionale ale echipei manageriale Hasdeu.*

**Obiectivele sesiunii:**

1. Să exploatăm 5 din cele 33 domenii de competență (câte una per grup)
2. Să punem în valoare 10 din cele 20 de aptitudini conform *Ghidului de competențe*
3. Să facilităm interacțiunea creativă și colaborativă între participanți
4. Sa petrecem timpul interesant și diferit

**Rezultat:** Să se cunoască mai bine, să afle abilitățile, talentele, loialitatea colegilor, să-și vadă echipa și să se definească ca echipă.

**Desfășurător (exemplu):****I. Informații despre sesiune**

Numele sesiunii	City Quest – Ziua competențelor Info-Profesionale
Persoanele responsabile	
Data si ora	15 iunie, ora 10:00
Durata sesiunii	2-3 h
Materiale necesare	Puzzle imprimat cu harta Chișinăului, 10 foi A4, 10 flipcharts, markere, creioane colorate, reviste vechi ce pot fi tăiate, foarfece, lipici, cretă colorată, ață, macaroane, marchello, 20 pahare de plastic, 5 sticle cu apă, o grămadă de bănuți.
Nr optimal de participanți	40
Dress code	formă liberă
Limba utilizată	Româna

## II. Detaliile sesiunii

Secțiune	Descriere
<p>Scurtă incursiune vizavi de ceea ce vom face. 33 min</p>	<p>ora 9.45 spațiul Campusului Competențelor. - Prezentarea facilitatorilor (10 min). - Participanții vor fi împărțiți în trei sau patru echipe. Fiecare echipă va alege, pentru a se individualiza, o denumire și un slogan motivațional (10 min). - Prezentarea echipelor participante (5 min). - Explicarea regulilor de joc (3 min). - Întrebări...neclarități (5 min). - Start Competiție. P.S. Fiecare echipă va primi <i>Un pașaport de identificare + lista de reguli.</i></p>
<p>Provocare 1 <i>Grupul I</i> <i>Informare</i> Facilitator: 3+5+10 = 18 min</p>	<p><b>Indiciu principal:</b> Acesta a trecut din folclor în literatura română. Caracterul lui este adesea găsit în povești și poezii ale unor scriitori celebri cum ar fi: Mihai Eminescu, Tudor Arghezi, Nichita Stănescu. De asemenea, El este prezent în arta populară modernă ca un personaj în glume și bancuri. În majoritatea poveștilor, acesta se luptă cu balauri, zmei și vrăjitoare pentru a-și elibera aleasa inimii – prințesa Ileana Cosânzeana. <b>Locația</b> – Librăria „Făt-Frumos” <b>Provocările:</b> 1. Echipa are 1 minut pentru a identifica o poezie cunoscută de toți membrii, iar ei trebuie să recite pe rând câte două versuri. 2. Adunați 10 e-mailuri de la trecătorii care și-ar dori să fie informați periodic despre evenimentele Bibliotecii Municipale „B.P. Hasdeu” (5 minute). 3. Identificați Cartea X și trimiteți prin sms la nr. de contact din fișa regulilor fraza din rândul X de la pagina X. Rezultatele se notează în pașaportul echipei. Faci, semnează.</p>

Secțiune	Descriere
Provocare 2 <i>Grupul T</i> - <i>Tehnologii</i> Facilitator: 5+18 = 23 min	<p><b>Indiciu principal:</b>            Acest loc a fost construit și și-a primit numele în 1958 și de atunci a devenit una dintre principalele atracții turistice ale Chișinăului. Datorită lui Lazăr Dubinovski, Milița Petrașcu, Lev Averbuh, I. Cheptănar și alții acest loc are mare încărcătură emoțională și istorică. Aici este un loc universal: se joacă, se vorbește, se mănâncă, se bea, se cresc flori, se privesc filme, se ceartă, se dau inele de logodnă. Care este acest loc? Dacă nu ghicesc după indiciu 1, li se oferă indiciu 2.</p> <p>Indiciul 2: Doar în acest loc Mihai Eminescu, Ion Creangă, B.P. Hasdeu pot sta non-stop pe internet și nici unul va trebui să plătească factură la Star-Net.</p> <p><b>Locația</b> – Aleea Clasicilor, Zona Wi-Fi</p> <p><b>Provocările:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cel puțin doi membri din echipă să acceseze pagina de Facebook personală sau a bibliotecii pe care o reprezintă și să plaseze un status pentru cititorii lor referitor la activitatea pe care o desfășoară la moment (5 minute).</li> <li>2. Să construiască un turn cât mai înalt utilizând ață, macaroane, maschello. Au 18 minute la dispoziție.</li> </ol> <p>Rezultatele se notează în pașaportul echipei. Faci, semnează.</p>

Secțiune	Descriere
Provocare <b>3 Grupul C</b> <b>- Comunicare</b> Facilitator: 5+8+14 = 27 min	<p><b>Indiciu:</b>            Loc aflat la intersecție de domnitori, alături de multe flori, pizza, nisip, plastic și în apropiere de apă sfântă. Acesta reprezintă un element important din viața zilnică pentru cei care sunt continuitatea vieții noastre pe pământ.</p> <p><b>Locația:</b> Parcul Catedralei, Zona de joacă pentru copii</p> <p><b>Provocările:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Echipa delegă un membru care va fi comunicatorul colegilor. Acesta are sarcina de a mima cuvântul „Soft” fără a utiliza sunete și limbaj, utilizându-și doar mimica și gesticulația. Echipa trebuie să ghicească despre ce este vorba (3 min). Dacă după 3 minute nu ghicește, facilitatorul va înregistra în pașaport performanța marcată. Dacă după 5 minute echipa nu a ghicit, ea pierde proba și nu primește piesele de puzzle. Totuși echipa poate alege să ia piesele contra unei abilități (Facilitatorul alege – ca un om să nu vadă, să nu vorbească, să nu poată merge repede).</li> <li>2. Echipa are 5 minute pentru a crea un mesaj de promovare a bibliotecii și să-l deseneze/scrie pe asfalt cu creta colorată.</li> <li>3. Echipa are 10 minute pentru a crea un poster pe care să-l vândă trecătorilor. Baniile colectați se vor înregistra de facilitator. Toate <i>Rezultatele</i> se notează în pașaportul echipei. Faci, semnează.</li> </ol>

Secțiune	Descriere
Provocare 4 <i>Grupul M</i> – <i>Management</i> Facilitator: Dorin Curoșu 5 + 10 = 15 min	<p><b>Indiciu:</b>            În acest areal s-au adunat toți care au treabă cu ei... unii îi numără, alții îi spală, alții îi strâng de la noi, ori noi ne ducem să-i cerem mai mulți, când i-am primit; alții controlează ce am făcut cu ei și dacă nu am făcut ce trebuie ni-i cer din nou. În acest loc ei se odihnesc și se înmulțesc, la umbra unui copac.</p> <p><b>Locația:</b> Banca (scaunul) din parc din arealul BNM, Ministerul de Finanțe, Trezoreria de Stat etc.</p> <p><b>Provocările:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Echipa alege un membru care va juca cu facilitatorul proba bănuților. Dacă câștigă – primește piesele de puzzle, dacă nu – jertfește o abilitate a unui membru de echipă.</li> <li>2. Proba cu pătrățele și perete. Echipa își alege un conducător. Ulterior i se explică ce are de făcut. Are de trecut toată echipa pe partea cealaltă a cubului desenat, dar pericolele nu sunt marcate decât în informația facilitatorului. Câte persoane au trecut de partea cealaltă, atâtea piese vor primi. Bonus – pentru fiecare om trecut de partea cealaltă atâtea pahare de apă primește echipa (aprox. 10 min).</li> </ol> <p>Rezultatele se notează în pașaportul echipei. Faci, semnează.</p>



Secțiune	Descriere
Provocare 5 <b>Grupul S - Alte cunoștințe.</b> <b>FINAL</b>	<b>Indiciu:</b> <b>Locația:</b> Havuzul de la Teatrul Operă și Balet <b>Provocarea:</b> 1./REZERVĂ/ Dame/șah - joc simultan între 2 echipe. 2.Crearea puzzle-ului fiecărei echipe timp de 3 minute. Ele trebuie să ajungă de sine stătător la ideea de a-și uni elementele pentru a putea vedea imaginea completă. Dacă timp de 3 minute nu reușesc să facă acest lucru, facilitatorul intervine și se încep discuțiile asupra zilei. <b>Rezultat</b> Participanții vor vedea imaginea pentru care au depus atâta muncă, vor simți satisfacția competiției finalizate, se vor odihni.
Debriefing	<b>Indiciu:</b> Totul se întoarce de unde a pornit <b>Locația:</b> Campusul Competențelor Debriefing + training de 1,5 h pe elemente de teambuiding. <b>Rezultat:</b> Participanții își expun părerile; primesc feedback

*Sarcini adăugătoare:* Deoarece ambele echipe la începutul provocării și-au alcătuit câte un shout (un chiuit, un refren, un strigăt), va trebui să îl folosească pe tot parcursul traseului, pentru a menține spiritul de echipă. Aici va fi delegată o persoană care în oricare moment al jocului va telefona unui membru din echipă, și aceștia, indiferent unde se vor afla (în transport, în spațiu deschis... etc.), vor trebui să strige împreună, cu voce tare, sloganul echipei astfel încât acea persoană să poată auzi la telefon. Pentru aceasta ei vor primi bonus încă o piesă din puzzle.

### *III. Materiale utilizate în timpul sesiunii și oferite participanților*

*IV. Resurse financiare necesare: XXXX*

*V. Suport metodologic pentru facilitatori*

Regulile de joc:

1. Fiecare echipă își alege o denumire și un slogan care să o reprezinte.
2. Fiecare echipă va avea de parcurs un traseu specific cu mai multe provocări.
3. Fiecare provocare va fi ghidată de către un facilitator. Facilitatorul va explica regulile și va oferi indicii pentru următoarea locație la care trebuie să ajungeți.
4. Pentru fiecare provocare îndeplinită, echipa va primi de la facilitator trei piese de puzzle, pe care trebuie să le colecteze, ca în final să poată face o imagine.
5. Fiecare echipă va avea un pașaport de identitate în care facilitatorul va marca rezultatele echipei la provocări.
6. Echipa, în caz de necesitate, poate să primească un indiciu suplimentar sau un ajutor la următorul număr de telefon: XYXX XX YXY. Întrebările trebuie să fie formulate în așa fel ca să se răspundă doar cu „DA” sau „NU”. Nu aveți voie să dați mai mult de două apeluri pe toată durata jocului.
7. Câștigă cine ajunge primul la final!!!
  - Lista Facilitatorilor per locații + Fișele facilitatorilor
  - Lista cu indicii
  - Puzzle-ul repartizat per provocare/echipe

- Întrebările pentru debriefing
- Trainingul pe elemente de teambuilding
- Tabel recapitulativ al domeniilor de competență și al principalelor aptitudini

*Morala:* Suntem un tot întreg, și doar unindu-ne forțele putem reuși să atingem cele mai înalte culmi. Participanții vor construi de la fiecare provocare câte o bucată din Puzzle, dar ideea e că toate echipele primesc bucăți diferite și întreaga imagine (logo-ul bibliotecii) va fi posibil să o formeze doar unind bucățile de puzzle ale tuturor echipelor. Acest lucru nu va fi menționat, ei singuri la final vor trebui să ajungă la această concluzie.

## CAPITOLUL IV

# ANIMAȚIA DE EDUCARE A CULTURII INFORMAȚIEI

Programul „Connect Plus”	Prezentare de carte
Zi de informare	Lansare de carte
Revistă bibliografică	Expoziție de carte
Ziua bibliografiei	Expoziție vie

### CONNECT PLUS – program permanent de incluziune digitală

**Noțiune:** „Connect Plus” este un megaprogram agregator de educare a informației care reunește toate serviciile formatoare de competențe digitale în căutarea, utilizarea și crearea informației; program de bază pentru toate celelalte programe, metode și forme de animație educațională sau recreativă cu publicul.

**Scop:** formarea unei culturi a incluziunii digitale comunității chișinăuene și comunității de bibliotecari, instruindu-i, educându-le spiritul creativ, inovativ și confirmând rolul educațional și formator de competențe digitale al BM.

#### Obiective:

- includerea, ca prioritate, pe agenda BM a creării unei comunități digital-incluzive;
- asigurarea cu tehnologie relevantă a realizării scopului „Connect Plus”;
- actualizarea sistematică a instruirii bibliotecarilor formatori de competențe digitale;

- monitorizarea, sub aspectul relevanței, actualității și eficienței, a serviciilor formatoare de competențe digitale;
- comunicarea și expunerea produselor digitale elaborate de utilizatori la expoziții, în campanii de promovare interne și externe;
- promovarea programului „Connect Plus” până când va pătrunde rapid în mentalul colectiv.

### Competențe:

- dezvoltarea abilităților de programare ale copiilor în limbajele *Scratch*, *Python*, *HTML*;
- formarea abilităților de creare a conținutului digital;
- cultivarea creativității și a spiritului inovator;
- educarea încrederii în capacitatea de a programa, asambla, crea;
- formarea unor abilități de gândire logică, de gândire design (vizuală, în imagini), de configurare a unui produs;
- dezvoltarea unor caracteristici-abilități personale ca tenacitatea, perseverența, răbdarea, orientarea pe rezultat;
- legarea prietenilor pe criteriul interesului comun, formarea de comunități de programatori, elaboratori de produse digitale pentru sine sau pentru bibliotecă;
- familiarizarea seniorilor cu instrumente noi, inovative de comunicare;
- înțelegerea mai bună a tehnologiilor cu care interacționează zi de zi.

## Repere de organizare

Organizarea și funcționarea programului are la bază principiul piramidei: Secția tehnologiei informaționale formează bibliotecarii ∞ bibliotecarii formează utilizatorii ∞ voluntarii bibliotecii ∞ utilizatorii instruiți și pasionați de tehnologie învață alți utilizatori sau se organizează în colaborare cu un partener, ca în cazul bibliotecilor „Târgu-Mureș” și „Ovidius”. Aici ar trebui să fim atenți să nu se diminueze rolul bibliotecii în formarea competențelor de incluziune digitală:

- instruiți bibliotecarii din comunitatea chișinăuiană, în vederea obținerii de noi competențe digitale reclamate de epoca digitală – formarea formatorilor „Connect Plus”;
- instruiți comunitatea de către formatorii „Connect Plus”, de către voluntari sau parteneri;
- identificăm metodele de instruire – online sau offline; identificarea metodelor de animație nonformală a instruirilor;
- formăm grupuri de utilizatori interesați de coding, robotică, jocuri electronice, aplicații de elaborare și creare a produselor digitale;
- stabilim persoana care va instrui grupurile – bibliotecar, partener sau voluntar;
- pregătim materiale necesare bunei desfășurări a formării digitale;
- testăm tehnica care va fi utilizată;
- creăm condiții de mediu și atmosferă care incită la creativitate și instruire;
- creăm eveniment de lansare a programului;
- elaborăm strategia de promovare a programului și a rezultatelor obținute: cum vom expune

rezultatele la expoziții, concursuri, campionate (robotică, coding, lego, benzi desenate, povești digitale etc.), maratoane, hackatoane, târguri de știință, Săptămâna Creativității și Inovației, Săptămâna științei, Provocarea verii, în cadrul bibliotecilor BM;

- personalizăm participarea BM la inițiativele fondatorilor ca, de exemplu, „Caravana roboțelor”, „Împreună cu bunicii” sau altele;
- pregătim participarea BM la inițiative naționale și internaționale ca „Hour of code”, „RoboLiga Bibliotecilor” etc., decizie-angajament a instruirilor eficiente, cu impact;
- organizarea în rețeaua BM a propriilor Campionate de Coding, de Robotică.

„Connect Plus” este programul indispensabil oricărei metode, forme de animație cu publicul. Altfel nu există evoluție organizațională, nu există inovație, altfel nu ne putem înscrie în mersul epocii digitale.

„Connect Plus” este un program cu valoare socială, deoarece mai întâi de toate contribuie la incluziunea digitală a comunității, cu valoare adăugată pentru că educă competențe de rezolvare a problemelor pe care utilizatorii le pot soluționa mai ușor; cu valoare profund comunitară prin orientare și contribuție, poziționând biblioteca ca important actor comunitar, contributoriu la dezvoltarea gratuită a potențialului intelectual al comunității chișinăuene.

## ZI DE INFORMARE

Ziua de informare reprezintă o formă de documentare, regulată sau episodică, a utilizatorului real

și potențial despre resursele informaționale ale bibliotecii. Zilele de informare pot fi universale, privind resursele nou intrate în colecția bibliotecii, dar și pe alte teme, genuri, formate.

Intenționăm să facem o remarcă-întrebare: de ce bibliotecile au abandonat această metodă de informare? E veche? E plictisitoare? Nu! E indispensabilă, mai ales acum, când omul de rând, neavizat, sau liceanul/studentul încearcă să caute informația pe net – oceanul de informații care se deschide și îl bulversează și îl debusolează. E mai util a prezenta (profesional, prin metode actuale, tehnologice, ludice) un set esențial de resurse care deschid, din toate punctele de vedere, o tematică, decât să-l lăsăm pe utilizator să dea *click* ba la o resursă, ba la alta din sutele de mii care i se afișează în față ca rezultat al căutării. Și apoi, Ziua de informare nu are doar scopul de a informa utilizatorul real și potențial despre resursele informaționale ale bibliotecii.

E timpul să reînviem și să reinventăm Zilele de informare. Ele pot fi organizate mai des, ba chiar lunar. Pot fi variate ca scop și destinație: Zile de informare tematice – critică literară, istorie, științe naturale, fizică și astronomie, arhitectură, artă, poezie etc., care includ cărți și alte resurse pe o perioadă de cinci ani sau mai mult; dacă e o temă istorică – „Chișinăul interbelic”, de exemplu, la aniversarea a 585-a ar putea aduna cărți din acea perioadă, apoi despre cea contemporană.

Se mai pot organiza și Zile de informare pentru un grup-țintă de utilizatori – copii, adolescenți, seniori – sau grupuri socioprofesionale. De



exemplu, „Chipul medicului în literatura artistică” sau „Profesia de bibliotecar în filme” – câte lucruri frumoase și evenimente interesante am putea face la astfel de Zile de informare.

Sunt utile și Zilele de informare prin care prezentăm alte resurse decât cartea: *Colecția de jocuri*, *Colecția de muzică tipărită* (Biblioteca de Arte „Tudor Arghezi”, „M. Lomonosov”), *Colecția de lucrări plastice* (tablouri, sculpturi, timbre, suvenire din toate filialele), *Colecția de carte rară* (din toate filialele), *Colecția Hasdeuiana*, *Colecția Eminesciana* sau o zi dedicată *Colecției de lucrări editate de Biblioteca Municipală* (am practicat, dar nu ca Zi de informare) în format print (expoziție) și în format electronic (Repozitoriu), dar și alte resurse etc.

Ziua de informare este o formă complexă – activitățile organizate în această zi se desfășoară într-o succesiune logic-creativă de interconectare completându-se una pe alta.

**Scopul vechi al ZI:** *promovarea multiaspectuală a resurselor bibliotecii, informarea utilizatorilor și familiarizarea lor cu intrările noi în bibliotecă sau cu un subiect anumit, prin cele mai diverse forme.*

**Obiectivele vechi:** (1) promovarea colecției bibliotecii prin combinarea formelor vizuale/ilustrative, verbale și tipărite; (2) oferirea informației despre documentele noi, inclusiv materiale bibliografice (*bio-bibliografii, bibliografii, liste de recomandare*), materiale audiovizuale intrate în bibliotecă pe parcursul unei perioade limitate de timp; (3) atragerea atenției utilizatorului la studierea, cercetarea documentelor

intrate recent în bibliotecă; (4) educarea culturii informației utilizatorului, în special în formarea preferințelor literar-artistice.

Am reprodus scopul și obiectivele vechi ale Zilei de informare nu pentru că ar fi greșite, ci pentru a evidenția cât de repede se schimbă lumea, necesitățile, interesele, metodele, formele de animație cu publicul și limbajul profesional. Cum ne atenționa Brigitte Richter, domeniul nostru are nevoie de evaluări periodice, nu doar de evaluări anuale, ale rezultatelor de eficiență a formelor de animație cu publicul. Atât scopul, cât și obiectivele au nevoie de reactualizare. Cum ar fi cele reactualizate?

**Scop:** *valorificarea, prin metode noi și diverse, a potențialului informațional deținut, promovând imaginea bibliotecii ca instituție comunitară cu resurse și capacități de calitate, bine organizate, cu un sistem inovativ de livrare, apropiind, astfel, utilizatorul chișinăuian de bibliotecă.*

### **Obiective:**

- crearea unei imagini de instituție informațională indispensabilă vieții chișinăuianului;
- demonstrarea diversității resurselor (limbi, teme, perioade istorice, jocuri, servicii) prin care BM poate răspunde la orice solicitare de informare, oricui și oricând;
- educarea unei comunități locale instruite informațional și tehnologic;
- utilizarea celor mai atractive, inovative, complexe forme de animație a culturii informației a chișinăuienilor.

**Competențe:**

- formarea abilităților de orientare în spațiul informațional;
- dezvoltarea abilităților de regăsire a informațiilor calitative la subiectele căutate;
- orientarea în colecția BM, în organizarea cunoașterii;
- cunoașterea criteriilor de căutare în cataloage și colecția BM;
- educarea culturii informației.

**Repere organizatorice:**

- stabilim subiectul zilei (intrări noi, tematice sau de alt tip);
- organizăm un brainstorming și adunăm idei de la angajați;
- elaborăm Harta ZI ;
- creăm un prototip pentru ZI.

Apoi purcedem la crearea conținutului:

- studiem și selectăm resursele sau alți purtători de informație, conform subiectului ZI;
- amenajăm expoziția și adnotăm resursele;
- creăm conținutul revistelor bibliografice, offline și online;
- elaborăm listele bibliografice;
- creăm videouri scurte de 1 minut sau cel mult 3 minute de prezentare, promovare a unei cărți (pe rând toate cărțile expuse);
- elaborăm programul/planul evenimentului și componentele, formele și metodele programate în funcție de temă, de grup-țintă, de priorități

naționale, locale și instituționale. De exemplu, anul 2021 este declarat Anul digitizării și digitalizării. Prin urmare, ne vom orienta spre crearea și oferirea a mai mult conținut digital. Pentru prioritatea municipală *Chișinău – orașul care învață* vom include și conținut de instruire (resurse și conținut digital). În 2021 Chișinăul împlinește 585 de ani – avem ocazia să includem și teme de omagiere a Chișinăului sau, ca parte a programului aniversar, să fixăm o ZI dedicată Chișinăului;

- informăm utilizatorii (acum nu mai există grupuri interesate, trebuie să le suscităm interesul) prin aviz, afiș, publicație pe blog sau site, printr-o postare pe rețele sociale, inclusiv în format video;
- evaluăm evenimentul în ansamblu și componentele – revistelor bibliografice, consultațiilor, expozițiilor, concursurilor ș.a., cu scopul de a vedea care dintre metode și forme au fost eficiente și care mai puțin productive; scrierea și publicarea unei cronici sau sinteze a ZI.

Programul Zilei de informare include, în primul rând, expoziții de cărți tradiționale și virtuale, lansări și prezentări de carte, reviste bibliografice, liste de recomandare.

Pentru a spori atractivitatea, pentru a sensibiliza și a motiva utilizatorii și nonutilizatorii, practicăm forme de activități și elemente ludice:

- Spectacole (eroii unei cărți se plimbă prin sală, incitând participanții să-i recunoască prin ghicitori, joc de rol; statui ale eroilor din cărți);

- Expoziție vie (cum am experimentat la Cafeneaua „Chindii profesionale” și la „Laboratorul interactiv”);
- „Cartea vie”;
- Lego din cărți; construcții din cărți; domino din cărți. Dominourile pot fi făcute din intrări noi dacă aveți suficiente cărți, pot fi tematice sau cromatice. Să exemplificăm: avem destule cărți cu coperti albe, roșii, albastre – le putem îmbina și crea semnificații: Ziua Națională a Franței, de exemplu. De Ziua drapelului Republicii Moldova identificăm cărți cu coperti de culoare roșie, galbenă și albastră. În funcție de spațiu, creăm un domino extins, simplu sau unul mai mic, dar mai sofisticat ca trecere de la o culoare la alta, de la un anumit număr de cărți la altul, pe diferite nivele (aranjate pe mese, scaune, podea). Astfel promovăm drapelul într-un mod inedit, dar și colecția *Adevărul* sau alta pe care o aveți (cu coperte color);
- Reviste bibliografice orale, cu public și virtuale;
- Liste de recomandare publicate pe blog (la fel, pe nedrept uitate!);
- Lansări și prezentări ale unor cărți, reviste, ziare, inclusiv ale BM, dacă asemenea există; ale cărților BM premiate la concursurile ABRM, Saloane și Festivaluri de carte;
- prezentări planificate la anumite ore, anunțate și promovate din timp, motivând publicul să le urmărească dacă sunt în format online sau să participe dacă sunt cu public, organizând grupuri la ore stabilite din timp;

- Instruiri/ateliere: *Cum să scriu în catalogul electronic comentarii la cărțile citite? Cum și unde să propun cărți care aș vrea să fie în bibliotecă?*
- Jocuri interactive de căutare și regăsire a informației;
- Concurs-joc *Cum accesezi catalogul electronic?*
- Concurs-Quest de cunoaștere a colecției;
- Concurs de improvizație: *Improvizăm o carte, Improvizăm un catalog, Improvizăm o expoziție, o „Carte vie”.*

Zilele de informare tematice și cele prilejuite de aniversări (așa cum am exemplificat mai sus) sau evenimente, precum și la solicitarea utilizatorilor ori în scopul promovării unor colecții speciale, pot fi organizate oricând pe parcursul anului. Ziua de informare despre noile intrări e recomandabil să fie desfășurată consecvent, în aceiași zi, lună, stabilită din timp și imuabilă. Zilele de informare pot fi desfășurate în parteneriat cu reprezentanții editurilor, în bibliotecă sau extramuros.

Mai nou, acum specialiștii în științe ale informării recomandă bibliotecilor să utilizeze resursele online pentru informare comunitară, să informeze cu privire la cursurile online de instruire a comunității pe care le are biblioteca. Lucru încă ne practicat de BM. Deocamdată sunt încă puține în cadrul unei biblioteci-filiale, dar o Zi de informare la BM cu prezentarea tuturor programelor, serviciilor educaționale și informaționale, ar fi, cum zice Stephen Abram<sup>1</sup>, meta-învățare, insistând că învățarea asincronă

<sup>1</sup> <https://princh.com/passive-marketing-going-digital/#.YO11m-gzZPY> – disponibil 10.07.21

este acea oportunitate care poate crește relevanța bibliotecii pentru utilizatori și pentru comunitate. Serviciile online asigură prezența bibliotecii în comunitate 24/7/365.

## REVISTĂ BIBLIOGRAFICĂ

**Noțiune:** *o formă orală, scrisă sau virtuală de informare despre documentele din colecțiile bibliotecii pe anumite domenii, pentru anumite grupuri de utilizatori sau pentru întreaga comunitate.*

În Revista bibliografică sunt expuse informații despre carte, în general, despre un capitol al cărții, ediții periodice etc. Revista bibliografică poate fi o activitate independentă sau desfășurată în cadrul expozițiilor, conferințelor, lansărilor/prezentărilor de carte, a lecțiilor publice, serilor de creație, serviciilor etc. Durata Revistei bibliografice orale nu depășește 10-15 minute, a celei virtuale/video – maximum 5 minute.

**Scop:** *promovarea colecției bibliotecii comunicând/recomandând utilizatorilor intrările noi, informații pe subiecte solicitate, date omagiale ale unor scriitori sau ale unor personalități, subiecte dezbătute în cadrul conferințelor, meselor rotunde, colocviilor etc.*

### Obiective:

- formarea imaginii BM de *bibliotecă care îți aduce cartea*;
- captarea atenției utilizatorilor la un subiect anumit;
- promovarea colecției (ediții noi, tematice, cărți jubiliare, cărți neutilizate etc.);

- stimularea interesului cititorilor față de literatura recomandată;
- sporirea numărului de cărți împrumutate;
- economisirea timpului utilizatorului.

Oferite sistematic, cu o periodicitate stabilită și respectată, cu un conținut calitativ și realizată într-o manieră elegantă – poate dezvolta mai multe **competențe**:

- sporirea sensibilității chișinăuianului la noutățile editoriale;
- educarea, în timp, a unei culturi de informare din surse demne de încredere;
- conștientizarea că revistele bibliografice economisesc timpul și banii;
- dezvoltarea unui obicei și atașament față de metoda bibliografică de informare.

Există diferite tipuri de Reviste bibliografice: informaționale, de recomandare, universale, tematice, de carte tipărită, carte electronică, volume de bibliografii, publicații pentru copii, tineri, adulți, femei.

### **Repere organizatorice:**

- alegem tema;
- precizăm grupul-țintă sau a tipului de RB;
- determinăm structura;
- descriem bibliografic și elaborăm adnotările necesare pentru deschiderea conținutului;
- elaborăm și redactăm textul RB;
- cronometrăm și înregistrăm textul RB (1) pentru a determina durata și sesizarea greșelilor; (2) pentru a urmări limbajul nonverbal, timbrul vocii, ritmul, expresivitatea.



Revista bibliografică este alcătuită din trei elemente: cuvânt introductiv, expunerea materialului, încheiere. În *Introducere* este expusă importanța și specificul temei alese. În *partea principală* sunt caracterizate edițiile, cărțile recomandate, iar în *încheiere* se trec în revistă, încă o dată, titlurile cărților propuse, se indică surse suplimentare la temă, expuse clar, se disting datele bibliografice, articolele și recenziile critice (dacă există), publicate în presa scrisă și online la tema abordată și este lansată o invitație la lectură sau la bibliotecă.

Prezentarea RB este realizată prin diverse metode, de exemplu:

- expunerea poate fi începută cu cel mai interesant moment din carte;
- prezentarea și comentarea ilustrațiilor;
- formularea câtorva întrebări, răspunsul cărora poate fi aflat după lecturarea cărții în funcție de grupul-țintă.

Printr-un discurs persuasiv stimulăm interesul cititorilor față de resursele recomandate, suscităm interesul și incităm dorința de a se informa și a citi. Nu se recomandă povestirea detaliată a conținutului cărții, pentru a nu pierde orice interes de a o lectura în continuare.

## ZIUA / ZILELE BIBLIOGRAFIEI

Ce imagini apar în mintea noastră când ne gândim la ZB? Indici bibliografici, cataloage, lecții ca la școală? Cuvântul *bibliografie* prin definiție este unul de vârstă arhaică... Dar nu ne întoarcem în timp ca stare – transpunem o știință arhaică în secolul

vitezei; o îmbrăcăm în haine virtuale, o actualizăm, o înviem, o jucăm. Utilizăm elemente specifice unui show: actori, bibliotecari creativi, imagini video, participanți interesați, curioși, veseli. Urmărim evoluția scrisului/blogului (facem, împreună cu utilizatorii, tăblițe din lut polimeric cu mesaje de epoci trecute (Biblioteca din Alexandria, de exemplu) și creăm din ele un blog *Biblioteca recomandă...*

Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu” desfășoară o prodigioasă activitate de cercetare bibliografică. A editat 112 volume de bibliografii – selective, tematice, consacrate unor personalități notorii ale Chișinăului (scriitori, critici literari, artiști plastici, actori, interpreți, fizicieni, jurnaliști, istorici etc.). Pe parcursul anilor, în acest dificil, dar fascinant proces de cercetare și elaborare a bibliografiilor, au fost antrenați în jur de 50 de bibliotecari. Bibliografiile au adus Bibliotecii Municipale cele mai multe premii, conturând imaginea de bibliotecă-expert în cercetare bibliografică. Suntem unica bibliotecă din Republica Moldova care utilizează metoda Ziua bibliografiei (în continuare ZB) pentru a anima comunicarea rezultatelor înregistrate comunității chișinăuiene. ZB mai are o funcție și o orientare – contribuie la educarea culturii informației, a cărții și lecturii.

Este o metodă de comunicare bibliografică specifică, proprie BM. Este un instrument în mixul comunicării, un instrument educațional. Evenimentele componente ale ZB nu sunt întâmplătoare, ci cu un anumit prilej – Ziua mondială a informației. Prin punerea în scenă live a volumului de bibliografie, se

transmite un mesaj clar despre utilitatea bibliografiei, produsele ei, arta bibliografică, importanța ei în viața unui om. Mijloacele cu ajutorul cărora este realizată această punere în scenă sunt o combinație de informație, limbaj, text, muzică, sunet, medii de comunicare și decor. Așadar, la activitățile unui eveniment putem face apel la toți receptorii senzoriali și, ca urmare, obținem un efect mult mai intens decât cel datorat atracției pur vizuale sau audio.

ZB declanșează un proces dirijat de activare și dinamizare a unui subiect. Același scop îl au Campaniile „Săptămâna Creativității și Inovației”, „Zilele Științei”, „Fii deștept! Ia un card inteligent la BM *B.P. Hasdeu*” și programul CC. Pentru toate evenimentele din ansamblul ZB, ca și pentru programele enumerate mai sus, există anumite aspecte ce se întâlnesc în mod constant, precum grupul-țintă corespunzător, obiectul evenimentului și forma de activitate și de desfășurare.

ZB îndeplinește un scop fixat în prealabil. Urmărește mai multe obiective de comunicare. Combinațiile pot fi utile și chiar esențiale, dar putem pierde succesul undeva pe drum. De aceea menținem treaz interesul participanților prin oferte care să le genereze noi impresii la ZB, ca și la oricare eveniment al BM. De regulă, consumatorii ZB sunt tineri studenți, liceeni. Pentru ținerea lor în priză, utilizăm metode interactive de prezentare și animație. ZB e o zi cu puls în care abundă informațiile. Lăsăm publicul să respire. E important! Prin acele căi și mijloace pe care le are fiecare bibliotecă – jocuri, surprize, implicare, contribuție.

## Comunicarea cu privire la produs

Informații și impresii persistente cu privire la produse se pot transmite prin:

- prezentări de produse;
- evenimente promoționale sau tururi informaționale;
- evenimente la „Point of information” (amenajăm un loc de informare unde se perindă
- toate evenimentele informaționale);
- expoziții și concursuri offline și online.

Produsele bibliografice sunt vizibile, așa încât prezentarea lor poate fi regizată foarte ușor. Dacă vreți ca produsele dumneavoastră să acționeze durabil, recomandăm organizarea expozițiilor in house, outhouse și virtuale.

Pentru biblioteci ZB este prilejul clasic de a-și prezenta gama de produse. Ea constituie cel mai bun model de comunicare integrată, dacă puneți accent nu numai pe un stand interesant și vizibil, ci și pe un spectacol live (artefacte, legume, fructe de sezon), pe un manechin îmbrăcat în haine de epocă (bibliograf), pe o mașină de scris veche, pe bibliografii vechi, publicații noi etc. Până la urmă însă totul depinde de concordanța între activitățile planificate și obiectivele comunicării fiecărei biblioteci.

**Scopul ZB:** *formarea imaginii BM de instituție indispensabilă în educația culturii informației a comunității chișinăuene.*

ZB oferă posibilitate bibliotecii să:

- profileze activitatea bibliografică a bibliotecii;
- prezinte bibliografia ca știință;

- întrețină imaginea unei instituții cu specialiști competenți;
- îmbunătățească sau să dezvolte cultura informației chișinăuienilor;
- pună în evidență produsele bibliografice ale bibliotecii;
- aprecieze, să pună în valoare bibliotecarii cercetători;
- treacă de la adresabilitate direcționată, țintită, fixată la activitate live interactivă.

La activitățile ZB comunicarea cu publicul se desfășoară live sau virtual (virtual cu public!). Astfel, aflăm imediat răspunsul direct la mesajul transmis după reacția participanților. Auzim aplauze, simțim și vedem instantaneu starea de mirare sau de dezamăgire. Evenimentele ZB pot prilejui însă și o altă formă superioară de dialog: interacțiunea efectivă. Transformăm, implicând și loializând, spectatorii pasivi, consumatorii ocazionali în participanți activi. ZB este programul ideal de a organiza acțiuni, pe parcursul cărora participanții sunt solicitați să obțină o performanță intelectuală.

O altă formă actuală de regizare a interacțiunii este actul de angajament, care este reprezentat, în general, printr-o acțiune comună simbolică – simultan toate filialele petrec aceeași activitate. Organizăm, de exemplu, un „Atelier de elaborare a unei bibliografii”, care se desfășoară simultan în toate cele 27 de filiale și în fiecare secție a BM. O machetăm printr-o aplicație, o creăm în formatul benzilor desenate sau în alt format, haios, apoi organizăm un maraton virtual de prezentare a celei mai haiose,

mai bune, frumoase ca design, bibliografii realizate. Multiplicăm, afișăm produsele participanților pe un panou pregătit din timp. O apropiere de actul de angajament a fost în acest an la Provocarea verii care a avut tema *Citește și descoperă Chișinăul*, consacrat aniversării a 585 de ani de existență.

Putem să jucăm integrale, să ne aventurăm într-o călătorie bibliografică pe străzile Chișinăului sau într-o călătorie în căutarea celui mai vechi blog printr-un Quest bibliografic.

### Repere organizatorice

De cele mai multe ori, în astfel de cazuri, deschidem sertarele și reciclăm stocuri vechi de informații, forme și metode.

La început, determinăm ce dorim, apoi definim clar și cuprinzător, într-un briefing, obiectivele ZB, toate faptele esențiale, o descriere clară a sarcinilor și definirea scopului. Pentru a organiza ZB cu impact, avem nevoie de un briefing fără de care este imposibilă realizarea unui plan bun. Briefingul ne ajută să identificăm elemente „Hard” și elemente „Soft”.

### Elemente Hard:

- care sunt grupurile-țintă preconizate să participe la ZB? (elevi, studenți, poate și alte grupuri socioprofesionale);
- care este prilejul organizării ZB?;
- unde va avea loc evenimentul? (secția copii, sala de lectură, școală, afară, în aer liber);
- care va fi durata desfășurării ZB?;
- ce rezultate trebuie să aibă ZB?

**Elemente Soft:**

- care este misiunea ZB?
- care sunt obiectivele ZB? Se înscriu în obiectivele generale ale bibliotecii, sunt prioritare?
- cum se încadrează în activitatea globală a bibliotecii?
- ce probleme există?
- ce parteneri există?
- ce mai trebuie avut în vedere?

E dificil să-i surprinzi pe oameni, or, noi asta dorim. Nici soluțiile standard, nici formele și activitățile pe care le-am mai folosit în trecut nu funcționează – nimic nu-i mai plictisitor decât un lucru previzibil. Reușita ZB din surprize vine.

În momentul stabilirii obiectivelor, suntem solicitați din plin. Există obiective foarte diferite: calitative și cantitative, în baza cărora vom evalua succesul ZB.

**Obiectivele calitative ale ZB:**

- educarea culturii informației prin formarea unor competențe de orientare, navigare și regăsire a informațiilor;
- sensibilizarea și motivarea utilizării instrumentelor de acces create de bibliotecă;
- informarea, comunicarea și ordonarea cunoașterii;
- sporirea imaginii BM drept Hub/avanpost de informare a comunității.

**Obiectivele cantitative ale ZB:**

- creșterea numărului de utilizatori instruiți;
- câștigarea de noi utilizatori activi;

- creșterea numărului de activități în comparație cu precedenta ZB;
- lichidarea de stoc – scoatem cărțile vechi din colecție și înscenăm un talcioc din ele, vindem simbolic cărți (cu supliment *Ciclul vieții unei cărți* – tutorial video sau tipărit). Ziua bibliografiei se desfășoară o dată în an și are o zi prestabilită – 26 noiembrie, Ziua Mondială a Informației. Are loc în toate filialele BM și poate avea un subiect (temă) comun(ă).

Ați observat că Ziua bibliografiei e descrisă altfel decât celelalte forme de animație cu publicul. Am prezentat o metodologie de elaborare și desfășurare care poate fi aplicată la planificarea oricărei forme și metode sau oricărui eveniment.



## CAPITOLUL V

### ACTIVITATEA EXPOZIȚIONALĂ

Expoziție de carte  
Expoziție virtuală  
Expoziție vie  
Expoziție de artă (pictură, foto, cărți poștale, timbre, numismatică, artizanat);  
Expoziție de handmade;  
Expoziție de floristică

#### EXPOZIȚIE DE CARTE

**Noțiune:** *un instrument eficient de comunicare a colecțiilor, a resurselor de orice fel deținute de bibliotecă; eveniment cu caracter informațional, comunicațional tradițional (oral, nonverbal, cu auditoriu), desfășurat într-un spațiu public în care se prezintă resursele bibliotecii.*

Expozițiile, de obicei, sunt organizate de bibliotecă în cadrul unor evenimente (simpozioane, conferințe, mese rotunde, festivaluri, saloane etc.) ca suport informațional. Ele mai pot fi organizate în stradă, în parc, pe scenă, la școală etc.

În ultimul timp, termenul *expoziție de carte* este înlocuit cu *expoziție de resurse*.

**Scopul expozițiilor de carte, tradiționale și virtuale, organizate de bibliotecă este de a comunica membrilor comunității resursele bibliotecii vis-à-vis de un subiect, domeniu sau format/purtător de informație.**

**Obiective:**

- prezentarea bibliotecii ca avanpost informațional al comunității;
- valorificarea și recomandarea resurselor disponibile unui public interesat;
- educarea utilizării bibliotecii ca primă instituție credibilă pentru a se informa.

**Competențe:**

- dezvoltarea obiceiului de a utiliza expozițiile pentru a găsi informația necesară;
- dezvoltarea culturii informației a comunității;
- obținerea unei experiențe practice de evaluare a resurselor recomandate;
- învățarea, prin utilizare, a organizării unei expoziții;
- experimentarea învățării interactive.

Cunoaștem clasificarea expozițiilor, dar pentru noii angajați e bine a consulta tipologia elaborată de Secția „Memoria Chișinăului” din tutorialul „Organizarea expozițiilor”, din care vor afla, alături de tipologie și reperate de organizare, principiile de expunere a conținutului și reperate de desfășurare/prezentare a expoziției. Biblioteca BM mai utilizează în activitatea expozițională *Chioșcul electronic cu cărți* (BC), raliindu-se cumva la vremurile virtuale în care am intrat deja.

**EXPOZIȚIA VIRTUALĂ** este o sinteză a metodelor tradiționale și inovatoare de prezentare a informației. Expoziția virtuală creează o iluzie (hologramă) a realității numită expoziție reală.

Expoziția virtuală poate fi pregătită și prezentată în diferite formate digitale: Power Point, HTML, PDF, PowToon, aplicații, trailer (ultima metodă, doar în cazul cărților apărute recent). Expozițiile virtuale pot fi publicate pe site-uri aparte dedicate expozițiilor. Pentru aceasta pot fi utilizate paginile de pe Flickr, Youtube, SlideShare, Facebook, Digg, Delicious, Twitter, LinkedIn etc.

Expozițiile electronice/virtuale oferă utilizatorului copertele cărților, ilustrații, hărți, fotografii etc. Textul care include citate, adnotări, repere biografice completează aspectul vizual al expoziției. Ca și în cazul expozițiilor tradiționale există reguli de prezentare a informației: plasarea adnotărilor, evidențierea unor elemente sau fragmente din texte, culoare, dimensiunea imaginilor, a textului.

## EXPOZIȚIA VIE

**Noțiune:** *o prezentare publică a unor obiecte selecționate pentru a pune în lumină specificul unei activități, realizările unui scriitor, artist, a unui subiect etc. sau în scop instructiv; metodă de informare specifică activității bibliotecare, practică de sute sau chiar de mii de ani.*

Expozițiile tradiționale/formale nu mai sunt atractive pentru utilizatori într-o lume bogat colorată de mediile electronice. Nu mai sunt atractive nici suporturile seculare, tipice bibliotecare, pentru expoziții – raftul-șevalet – din fier, aluminiu sau lemn. Bibliotecarii, experimentați până la perfecțiune în organizarea expozițiilor, sunt în căutare de forme și metode noi de expunere a cărții și a informației – de

dragul schimbării acestei forme milenare de activitate, au îmbrățișat formatul și mediul electronic de expunere. Bibliotecarii tineri, rebeli sunt orientați spre schimbare, experimentează locuri și suporturi noi de expunere, utilizează diverse artefacte, dar o fac încă timid.

Lumea de azi este captată de tot ce se mișcă, se transformă, de tot ce presupune interactivitate, implicare personală, de tot ce-i însuflețit, de tot ce oferă experiențe memorabile. Propunem un nou format de expunere – Expoziție vie (a unei sau a mai multor cărți) care poate oferi exact caracteristicile enumerate mai sus.

Expoziția vie este o metodă flexibilă, interactivă prin contact și dialog uman, cu interacțiune, sentimente și experiențe noi. Poate fi ușor modificată, ca format, ca formă de desfășurare, atât pentru grupuri mici (minimum 12-20 de persoane), cât și pentru grupuri mai mari (25-50 de persoane).

**Scop:** *diversificarea și inovarea metodelor tradiționale de prezentare a cărților prin unele animate și mai atractive.*

### **Obiective:**

- experimentarea unei metode flexibile, mobile și însuflețite a expozițiilor;
- atragerea și captarea atenției publicului grăbit și plictisit de forme tradiționale;
- oferirea unui eveniment memorabil valențe sociale, culturale și educaționale.

**Competențe:**

- experimentarea și învățarea unei metode inedite de expunere;
- experimentarea posibilității de a fi exponat viu prin implicare, discuții și întrebări adresate autorului, criticului;
- satisfacția de nou, de elemente de surpriză și de încântare/mirare;
- conștientizarea și schimbarea percepției asupra bibliotecii ca instituție depășită de timp și de tehnologie.

Expoziția vie (în continuare EV) are aceeași metodologie de organizare și de desfășurare ca și metoda Bibliografia vie (p....). EV în varianta *Nonformalii* se deosebește de metoda EV practică în cadrul BM „B.P. Hasdeu”. E inspirată de la ei, elaborată însă special pentru biblioteci, o expoziție cu suflet, o expoziție trăită. EV, practică de nonformali, are un caracter profund social, comunitar și transmite un mesaj vizitatorilor, atenționează o problemă. Galeria vie pe care o creăm, exponatele vii au câteva atuuri: au voce și au capacitatea de a se mișca, de a improviza, de a surprinde, crescând astfel interacțiunea cu participanții.

Bibliotecile sunt instituții cu experiență în organizarea expozițiilor pentru public, iar forma finală a acestei metode poate diferi de la o bibliotecă la alta, de la concept la metodologie, unica cerință obligatorie care trebuie a fi respectată este prezența a cât mai multor exponate vii („...cu cât există mai multe exponate vii în galerie, cu atât expoziția devine mai dinamică și mai interesantă pentru public”). Altfel,

Expoziția vie poate fi realizată ușor, cu mijloace mici, dar cu deschidere nelimitată a creativității în transmiterea conținutului/mesajului pe care vrem să-l comunicăm publicului.

EV este o altfel de metodă de prezentare a cărților ce poate fi utilizată în cadrul unor evenimente complexe, conferințe profesionale, aniversări ale unor scriitori sau poate fi organizată ca activitate aparte, poate fi un eveniment închis pentru prietenii autorului, o expoziție vie într-un cadru intim restrâns etc.

### **Repere organizatorice**

În procesul de organizare a EV stabilim scopul evenimentului, publicul-țintă căruia ne adresăm, modalitatea de prezentare a conținutului, resursele de care avem nevoie etc. Impactul Expoziției vie depinde de capacitatea noastră de a planifica evenimentul într-un spațiu propice, într-un mod animat, inovativ, interactiv, cât mai creativ și de a alege cărțile/cartea vie (oameni-exponate).

O nouă metodă de expunere impune și un nou loc de desfășurare. Ar fi bine să testăm locuri pe care încă nu le-am folosit niciodată pentru expoziții. Delimităm, prin bandă de demarcație (utilizată de poliție, de aeroporturi...), secvența spațială pentru expoziție sau improvizăm o scenă special concepută pentru acest eveniment. Cunoașterea publicului-țintă ne va ajuta să identificăm mai ușor locația. Dacă grupul-țintă îl vor forma adolescenții, ar fi bune niște paravane cu copertile cărților, graffitti, executate de cei care au citit cartea, pe bucăți mari de carton, scaune/bar, adaptând evenimentul la interesele lor.

Această strategie de alegere a locului în care urmează să se desfășoare evenimentul este potrivită, mai ales, în situația în care nu dispunem de timp suficient și nici de resurse pentru a promova evenimentul și pentru a informa publicul-țintă despre ziua, ora și locul de desfășurare a Expoziției vii.

Exponatele vii au rolul de a susține vizual Expoziția vie – pot purta în mâini fotografii realizate la etapa de pregătire a expoziției, citate din carte, ca mesaje; pot crea statui din corpurile lor; pot încerca să-și picteze corpul sau să poarte articole de îmbrăcăminte personalizate (tricouri cu imprimeul cărții, copertii sau pasaje din volum). Statuile sunt ale celor implicați – organizatori, autorul, criticul, participanți.

EV este o metodă ce pune accentul pe exponate vii, fără de care nu o putem organiza. Deci, resursa umană este un element vital al acestei metode noi. Putem invita un pictor cu bască, șevalet și penel, cu periute și culori sau creion/cărbune să facă schițe ori să picteze ce se întâmplă în sală, exponatele vii.

Autorul citește din carte versuri/proză/pasaje prin care reliefează importanța temei expuse, răspunde la întrebările din sală și la ale exponatelor vii prezente și implicate în organizarea evenimentului. Autorul/autoarea poate purta mască și poate juca rolul unei statui însuflețite. Autorul, precum și volumul expus, poate fi prezentat în Prezi, PowerPoint, Magisto, Stupeflix, Viva video, PowToon, Poveste digitală ori în orice alt format digital sau tradițional – cartea într-un exemplar, mărită (doar coperta), de statura autorului, alte artefacte care ar deschide personalitatea

autorului și conținutul cărții, copii ale poeziilor citite de autor sau de participanți/actori invitați.

Poate fi organizat un concurs pentru cea mai bună, cea mai interesantă întrebare adresată expozatului-autor sau criticului. Poate fi oferită o sesiune de autografe/dedicații.

### **Identificăm resursele materiale necesare bunei organizări:**

Carton colorat, hârtie colorată de diverse dimensiuni, cuburi sau alte artefacte, în funcție de tematică, autor, eveniment, format de desfășurare; vopsele și alte consumabile pentru pictură, materiale textile, bannere, infografice, expoziție de fotografii despre autor sau care să deschidă conținutul cărții etc. Obiecte care ar reflecta/ilustra procesul literar al autorului în funcție de modalitatea de prezentare a mesajului și suportul acestuia. Am putea folosi diverse materiale precum lemn, polistiren, obiecte de uz scriitoricesc (o mașină de scris de epocă, un laptop, o masă / un birou, scaun, călimară, o poză în ramă a autorului, alte cărți ale autorului etc.).

Vom folosi toate metodele de promovare pentru a asigura un număr reprezentativ de participanți la Expoziția vie, atât în mediul virtual, prin crearea unui eveniment pe rețele sociale, prin publicarea unui articol sau postarea unui afiș, cât și offline, prin distribuirea unor flyere, afișarea, în locuri publice, a unor bannere handmade etc. Expoziția vie oferă vizibilitate prin caracterul său deschis, prin interacțiunea activă cu participanții, prin conceptul și prezentarea creativă.



Oferim modelul de scenariu al Expoziției vii a cărții Mariei Pilchin *Poeme pentru Ivan Gogh*.

### **Dramaturgie/scenariu de desfășurare**

1. Scena pregătită: cartea mărită (banner-coperță pe un suport de polistiren), cartea originală; scena e ascunsă de ochii publicului cu un banner ceva mai mare cel al BM; scena decorată cu artefacte – un calculator/laptop, hârtii, cărți pe masa de scris, gutui, spice, crizanteme... Autoarea se urcă pe scenă pe furiș. Se așază pe un scaun-bar, pregătit din timp. Stă și tace ca și cum n-ar fi pe scenă.
2. Animatorul anunță evenimentul. Cortina cade (bannerul este tras). De aici animatorii și criticul sau editorul încep activitatea interactivă, completându-se unul pe altul. E o improvizație între un cititor documentat, chiar cu bucăți îndrăgite din *Poeme pentru Ivan Gogh* și expertul critic literar. Moderatorul face introducerea, criticul literar se referă la activitatea științifică, munca de lector la USM, AȘM etc.
3. Pe ecran rulează un slide-show despre Maria Pilchin – Viața și activitatea, căutări și realizări.
4. Prezentarea cărții (moderatorul-cititor).
5. Intră în scenă criticul, al doilea moderator, neanunțat și citește o poezie.
6. Primul moderator intră în scenă și citește altă poezie.
7. Asistentele vin din sală, se urcă pe scenă, cu diplomele obținute pentru acest volum, cu liste de cronici (o webliografie), cu trofee,

improvizând instant o expoziție din alte materiale decât cartea.

8. Vorbește un alt critic literar despre volum.
9. Vorbește autoarea despre cum a scris *Poeme pentru Ivan Gogh*, de ce Ivan Gogh?
10. Sesiune de întrebări și răspunsuri, dialogul participanți – autor. Pentru cele mai ingenioase și interesante întrebări, participanții vor primi tricouri imprimate cu coperta cărții *Poeme pentru Ivan Gogh*.
11. Încheiere.
12. Feedback de la participanți. Organizatorii oferă autoarei și criticului tricouri personalizate (cu coperta cărții *Poeme pentru Ivan Gogh*).

Expoziția vie poate fi organizată în diferite scopuri și în diferite moduri. Poate lua forma unei lansări – altfel de lansare, cu puțini vorbitori, dar buni, iar participanții pot vedea și percepe altfel decât dacă protagoniștii stau în prezidiu; ei participă la un act în care iluzia laboratorului creativ al scriitorului, efortul creativ al protagonistului (sau poate fi al artistului plastic, al biologului, dacă e o carte științifică sau tematică) devine realitate și schimbă percepția asupra actului creativ.

Poate fi expoziția unei cărți, ca în cazul exemplului cu *Poeme pentru Ivan Gogh* sau a unui „pachet” de cărți ca Expoziția vie „Bătălia cărților”, experimentată la Clubul *Chindii profesionale*, în care fiecare dintre cele 10 cărți propuse spre lectură au fost „înviat” de câte un bibliotecar.

## EXPOZIȚIA DE PICTURĂ

**Noțiune:** *formă de educare a aprecierii și receptării operelor de artă plastică cu care publicul vine în contact. În cadrul expozițiilor de pictură este creat un mediu favorabil pentru expunere și comunicare între artiștii plastici și participanți.*

**Scop:** *educația pentru valoarea artistică și frumos prezentând/informând/promovând artele, familiari-zând diverse categorii de utilizatori cu opere de artă plastică contemporană prin expunerea creațiilor artiștilor plastici consacrați și a debutanților talentați.*

### Obiective:

- transformarea spațiilor bibliotecii în spații de valorificare și promovare a artelor plastice;
- promovarea tinerelor talente și crearea unui spațiu favorabil pentru un debut expozițional;
- educarea utilizatorilor prin mijloacele de expresie plastică;
- stimularea creativității utilizatorilor prin educarea sensibilității la artă și estetic;
- crearea oportunităților de recreere și delectare.

### Competențe:

- cunoașterea domeniului artistico-plastic;
- învățarea prin artă;
- experimentarea unor emoții estetice;
- educarea obiceiului de recreere prin artă;
- comunicarea și socializarea cu artiștii plastici.

**Repere organizatorice:**

- desemnarea moderatorului din rândul specialiștilor în domeniu (critici de artă, pictori etc.);
- selectarea artistului plastic care-și va expune lucrările;
- elaborarea CV-ului și a materialelor promoționale: afișe, invitații etc.;
- alcătuirea legendelor (a notelor explicative) este obligatorie pentru fiecare exponat care să conțină: nume, prenume, anul nașterii autorului; titlul lucrării, suportul, tehnica, dimensiunile, anul executării lucrării;
- diseminarea informației despre vernisaj;
- expunerea virtuală a expoziției vernisate;
- plasarea avizului pe panoul de informație, aviziere comunitare, rețele sociale;
- informarea/invitarea mass-media.

Amenajarea expoziției condiționează următoarele principii:

- accesibilitatea vizualizării lucrărilor;
- iluminarea optimă a spațiului;
- protejarea și respectarea normelor conservării.

BM a experimentat diverse metode de expunere și desfășurare a expozițiilor de pictură: expoziții-conferință; expoziție-răboj (aniversară), expoziție tematică, expoziție-atelier (practicată de Biblioteca Centrală în parteneriat cu UTM), expoziție-poveste. Aceasta din urmă (experimentată la BC), intitulată simplu „Faust”, a fost o expoziție a unei tinere pictorițe, care, împreună cu un asistent, întâmpinau (separat) pe fiecare vizitator și îi relatau povestea lucrării, legătura lucrării cu opera literară „Faust”, dând

dovadă de cunoașterea perfectă, detaliată a operei, lămurind fiecare linie, umbră, citat. O expoziție altfel, o expoziție wow!, o expoziție care a depășit orice așteptare a publicului.

BM desfășoară o prodigioasă experiență de vernisare: recunoscute sunt expozițiile BC (un spațiu propice expozițiilor), Biblioteca „Transilvania” (30 de ani de vernisaje au atras un număr mare de artiști plastici notorii, începători, studenți debutanți), CAIE, bibliotecile „Ițic Mangher”, „M. Lomonosov”, „Ștefan cel Mare”, „Ovidius”, „A. Mickiewicz”, „T. Arghezi”.

Organizând vernisaje de pictură, Biblioteca Municipală contribuie la crearea unui cadru de coexistență a celor mai diverse curente și tendințe estetice în domeniul artei plastice.

## CAPITOLUL VI

---

### ANIMAȚIA CAMPANIILOR DE PROMOVARE

---

Campania de comunicare a științei  
Săptămâna Creativității și Inovației  
Campania de atragere și de fidelizare a utilizatorilor  
Laborator nonformal  
Zilele Educației Nonformale

BM practică Campanii de comunicare a creativității, inovației, științei, educației nonformale, de atragere a noilor utilizatori.

**Noțiune:** *acțiune planificată și organizată cu un anumit scop și cu perioadă de desfășurare în funcție de obiectivele propuse.*

Există campanii de o zi, de câteva zile (3-5), de o săptămână, de o lună, anuală. Vom reține că dicționarele dau primul sens al termenului ca „totalitatea operațiilor strategice armate, pe câmpul de luptă, într-o anumită perioadă de timp”, sens care îl capătă orice tip de campanie. Campania (culturală) este ca un câmp de luptă în care acțiunile se desfășoară într-un ritm alert, ofensiv pentru a realiza obiectivele propuse.

BM organizează campanii de diferită durată. Cea mai de lungă durată a fost Campania „Fii deștept! Ia un card inteligent la BM „B.P. Hasdeu” (care a avut loc în perioada 7-30 septembrie 2020). Avem campanii de 5-7 zile ca: „Săptămâna Creativității și Inovației”, „Săptămâna Științei” și „Zilele Educației Nonformale”, dar și campanii ocazionale de câte o zi, ca de exemplu „Lectura în familie”, „Ziua Europei” etc.

**Scop:** *mobilizarea tuturor forțelor, capacităților instituționale în vederea realizării unor obiective culturale, educaționale, sociale sau creative, de inovare cu implicare și impact direct asupra utilizatorilor.*

Campaniile au două feluri de obiective – externe și interne.

### **Obiectivele externe ale Campaniei:**

- sporirea conștientizării și sprijinului comunitar prin creșterea prezenței bibliotecilor în context pozitiv, comunicând clar, cu voce tare efortul pe care îl face Biblioteca Municipală pentru Chișinău;
- sporirea imaginii bibliotecii necesară secolului 21, susținând și consolidând relevanța ei;
- stimularea energiei colective;
- extinderea parteneriatelor dintre biblioteci, școli, colegii, universități;
- crearea, la BM, a unui grup de susținători – ambasadori ai lecturii și bibliotecii;
- prezența bibliotecarului la masa discuțiilor asupra problemelor, subiectelor-cheie: libertatea intelectuală, echitatea accesului, micșorarea prăpastiei digitale și educarea chișinăuienilor;
- orientarea eforturilor pentru obținerea unui impact pozitiv în favoarea BM și a subiectului Campaniei.

### **Obiectivele interne ale Campaniei:**

- consolidarea comunității bibliotecare și a întregii comunități chișinăuiene pentru a vorbi,

- concomitent, același limbaj despre un subiect sau altul;
- elaborarea instrumentelor și materialelor în ajutorul bibliotecilor și a bibliotecarilor pentru promovarea temei, subiectului, cauzei;
  - împuternicirea utilizatorilor și a nonutilizatorilor de a participa ca voluntari, parteneri, ambasadori în susținerea campaniilor;
  - extinderea Campaniei la nivel local, colaborând cu alți actori comunitari;
  - asigurarea de faptul că și Campania noastră este utilă comunității chișinăuiene.

Campania are caracter prioritar și obligă respectarea unor cerințe:

- elaborarea obiectivelor și a structurii, a programelor de comunicare și de promovare la toate nivelele;
- realizarea unui plan de ghidare a Campaniei;
- diseminarea intensivă și consistentă a mesajelor pe o perioadă stabilită, scurtă sau îndelungată;
- cultivarea parteneriatelor cu organizații economice, filantropice, bazate pe valori și angajamente comune.

## CAMPANIA DE COMUNICARE A ȘTIINȚEI (numită generic HORA ȘTIINȚEI)

**Scop general:** *comunicarea rezultatelor științei utilizatorilor și întregii comunități chișinăuiene – descoperirile, invențiile care prefigurează evoluția lumii, ajutându-i, prin implicare, prin experimentare, prin descoperire să descifreze misterele trecutului, provocările tehnologice ale prezentului, să înțeleagă*



*schimbările galactice și climatice, emergențele și tendințele.*

Sloganul Campaniei *BESMART (Fii deștept), Participă la Hora Științei Hasdeu!*

Campania de comunicare a științei poate avea o temă ca ediția a IV-a, „Masca sunt eu”, înscrisă eficient în starea pandemică; sau poate include proiecte și evenimente inovative, forme și metode noi, motivatoare de a lucra în comun. Exemplificăm prin conceptul ediției a III-a a Campaniei care a structurat săptămâna pe diferite proiecte și activități, care la rândul lor au avut scopuri specifice, ce aprofundau sau orientau bibliotecile spre comunicarea științei:

**PiciLab:** a oferit copiilor de grădiniță, de gimnaziu ocazia de a cunoaște tainele care stau în spatele cuvântului „știință”, posibilitatea de a vedea cum putem construi roboți, de a modela vase pe roata olarului; de a mânui marionete și de a face primii pași pe un platou de filmare, de a cunoaște etapele de creștere ale unei plante, ce înseamnă coding, cum să faci animație și jocuri deștepte. **Scop:** – de a comunica știința pe înțelesul picilor. Grup-țintă – copii de la 4 la 11 ani.

**Știința în culoare, cuvinte și mimă:** a oferit chișinăuienilor – cercetătorilor, poezilor, scriitorilor, epigramaștilor, artiștilor plastici, studenților și elevilor, copiilor mici, bibliotecarilor, oamenilor simpli posibilitatea de a demonstra ce este știința. **Scopul** – încurajarea utilizatorilor să-și exprime mai ușor gândurile, opiniile prin intermediul cuvintelor (scrise sau scurte video), prin desen/grafică, prin joc de mimă. Grup-țintă – persoane de la 4 la 90 de ani.

**Cafeneaua de știință: scopul** proiectului – de a oferi publicului posibilitatea de a cunoaște personalități notorii ale științei, a tinerilor cercetători organizând întâlniri, lansări de carte științifică (editurile „Știința”, ARC, Polirom, Publica etc.) sau ale unor colecții științifice; de a organiza întâlniri cu cei pasionați de tehnologie, inventică, roboți, fizică, chimie, matematică ș.a.; de a-i invita pe cei mici în călătorii prin cărțile de știință. Grup-țintă – utilizatori de la 4 la 90 de ani.

### **Cafeneaua de inovare**

Eveniment de networking pentru toți cei interesați de inovație, de transformarea inovației în produse viabile. **Scop:** evenimentului a fost de a reuni tineri cercetători, inovatori care au dezvoltat un prototip sau un produs funcțional la o sesiune de pitching alături de mentori sau alți specialiști care i-au susținut, ajutat, îndrumat. Grup-țintă – tineri inovativi.

**Biblioteca Urbană:** apropierea bibliotecii de necesitățile utilizatorilor prin modernizare și transformare a unui spațiu în care chișinăuienii să petreacă cât mai mult timp construind, modelând, creând, experimentând ceea ce le place sau să învețe lucruri noi – roboți, puzzle, ochelari 3D, STEAM, broderie, crafting, limbi străine etc. Grup-țintă: de la pici la octogenari.

**InterVIEW:** forma constă în realizarea unor interviuri cu cercetători din țară, identificând personalități din domenii precum medicină, chimie, biologie, inginerie (robotică) și propunându-le să împărtășească

reușitele sau obstacolele care stau la baza unei cariere de succes în știință. **Scop:** de a cunoaște poveștile oamenilor cu biografii interesante, pasionați de știință. Grup-țintă – de la puști la octogenari.

„**Deschide cartea SF**”, concurs de promovare a literaturii științifico-fantastice. **Scop:** promovarea și suscitarea interesului de lectură a cărții științifico-fantastice prin toate metodele, formele, mediile – expoziții în formate inovative, reviste bibliografice online; booktrailere (foarte bine se împacă cu acest gen de literatură), povești digitale, *Pachete de știință* etc. Limita imaginației – foarte sus, sus... dincolo de cer și orizont! Grup-țintă: adolescenți, tineri, adulți.

## SĂPTĂMÂNA CREATIVITĂȚII ȘI INOVAȚIEI

**Noțiune:** *un megabrainstorming, laborator de experimentare, proces laborios și formativ de educare a atitudinii creative, a virtuții de reciprocitate, a relațiilor de coeziune; platformă vremelnică, intensă, limitată temporal care cere efort emoțional.*

SCI este cea mai bună metodă prin care bibliotecarii își depășesc teama și rezistența de creativitate, o cale de asumare inteligentă a soluționării unor probleme.

**Scop:** *să creăm împreună, să învățăm împreună răspunzând la chemarea de cultivare a creativității colective.*

### Obiective:

- educarea unui spirit public și sentiment al angajamentului, al creativității, altruismului, generozității, tovarășiei;

- crearea stării de a fi împreună, pentru rezultat câștigător;
- susținerea pornirii creative de a coopera și colabora pentru a răspunde provocărilor;
- oferirea ocaziei de a concepe ceva nou, unic, pe care nu l-au mai făcut anterior;
- inspirarea și susținerea activităților experimentale de reciprocitate puternică identificând soluții și contribuind la bunuri și proiecte comune;
- educarea oamenilor să fie capabili să muncească fără a fi ghidați.

### **Competențe:**

- experimentarea unui nou format de desfășurare a SCI;
- experimentarea facilitării colective a SCI;
- exersarea utilizării SCI, demonstrând capacități, abilități, agilități, creativitate și inventivitate;
- exersarea abilităților de exprimare și de prezentare altfel (a mesajelor, a produselor, a provocărilor);
- învățarea noilor metode de interacțiune colectivă, noi căi de a transmite emoții; noi moduri de a se conecta, noi moduri de a fi împreună și noi moduri de a participa la o cauză comună.

O campanie, fie de Creativitate, de Inovare, de Știință sau Educație nonformală te poziționează, localizează, aliniază la procesul evoluționist de dezvoltare personală și creativă pentru a schimba munca, viața, lumea... Campaniile ca SCI, SȘ, ZEN sunt

inițiative care educă – colegialitatea, generozitatea, reciprocitatea. Le compar uneori cu Teatrul de stradă – au multe în comun: participativ, surprinzător și spontan, limitat în timp, creează în jur o atmosferă pozitivă, veselă, atrage copii și implicit părinți (în modelul *in hous* al SCI cu utilizatori implicați); provocator prin nonșalanță, experimental prin acțiuni concertate, multă improvizare și creativitate – sau cu un spectacol, cu o formă de artă...

Campaniile SCI, SȘ, ZEN au devenit o necesitate și fiecare angajat știe că finalul unei Campanii este începutul unui nou val, a unei noi cauze comune.

## CAMPANIA DE ATRAGERE ȘI DE FIDELIZARE A UTILIZATORILOR

*„Fii deștept! Ia un card inteligent la BM „B.P. Hasdeu”*

„Orientarea spre utilizatori este o garanție sigură pentru succesul Bibliotecii Municipale „B.P. Hasdeu” în comunitate”, susține directorul general dr. Mariana Harjevschi. Campania „Fii deștept! Ia un card inteligent la BM „B.P. Hasdeu” e orientată spre chișinăuieni și utilizatori.

**Scopul:** *atragera a cât mai mulți chișinăuieni la lectură și educație prin fortificarea imaginii Bibliotecii Municipale „B.P. Hasdeu” de platformă informațională cu servicii și resurse indispensabile pentru acumularea cunoștințelor, pentru dezvoltarea personală și formarea competențelor de soluționare a problemelor ca rezident al unui oraș inteligent, al unui oraș care învață.*

**Obiective:**

- atragerea și fidelizarea unui număr cât mai mare de utilizatori, suscitarea interesului și convingerea nonutilizatorilor că biblioteca este locul unde trebuie să fie;
- informarea chișinăuienilor despre facilitățile oferite de cardul de acces;
- câștigarea încrederii utilizatorilor și sporirea utilizării serviciilor pe parcursul întregii vieți;
- educarea atitudinii pozitive a chișinăuienilor față de BM și recunoașterea ei ca important actor comunitar cu rol educațional, informațional și cultural;
- gestionarea rapidă a reclamațiilor și comunicarea publică a feedbackului pentru îmbunătățirea serviciilor și fidelizarea utilizatorilor;
- identificarea unor susținători activi ai bibliotecilor, care se vor implica și promova BM.

**Competențe:**

- de promovare corectă a bibliotecii;
- de relaționare în scopul atragerii la bibliotecă;
- de fidelizare a utilizatorilor ocazionali;
- de cunoaștere a formelor noi de comunicare publică a rezultatelor și feedbackului;
- de dezvoltare a atitudinii de mândrie a bibliotecarilor că sunt parte a echipei BM;
- de educare a sentimentului de mândrie pentru chișinăuieni că sunt parte a numărului imens de utilizatorilor ai BM.

Campania de atragere a chișinăuienilor la bibliotecă și de fidelizare a utilizatorilor este de cea mai

lungă durată – o lună, are generic „Fii deștept! Ia un card inteligent la BM „B.P. Hasdeu” și mesaje de comunicare și loalizare pentru fiecare zi.

## ZILELE EDUCAȚIEI NONFORMALE

Educația nonformală și-a găsit locul pe scena instruirii în peste o mie de biblioteci publice din țară. Bibliotecarii au înțeles că astăzi biblioteca este altfel, că nu se mai lucrează ca înainte. Nu mai poți ține biblioteca viabilă, atractivă ca destinație și loc, doar cu forme de interacțiune seci, vechi, tradiționale, pur biblioteconomice. Omul care-i trece pragul caută să găsească alte forme, interactive, ludice, prin care să învețe mai repede și mai eficient lucruri utile decât se pot învăța prin metode tradiționale.

Educația formală ucide creativitatea (Sir Ken Robinson!), iar formele vechi, tradiționale, biblioteconomice îngheață biblioteca în secolul trecut. Lumea e alta, omul e altul, utilizatorul s-a schimbat –, ne schimbăm și noi.

Astăzi omul caută altceva decât „nevoile” lui Maslov pe care s-a construit managementul instituțiilor prestatoare de servicii din secolul trecut. Omul secolului XXI are nevoie de a da un alt sens vieții la nivel elementar; de îmbrospătare; de întrebare și de mirare; de îndoială și de suspiciune; de greșeală și de eșec; de joc; de identitate; de omenesc și de omenie; de cultură; de transcendență. Le putem acoperi doar prin educație nonformală.

Nonformalul înseamnă comunicare, jocuri, exerciții creative, de „spargere a gheții”, de consolidare și

împuternicire a echipelor; discursuri TEDx, Ignite, BiblioTalks, LudoTalks, dezbateri, ateliere de lucru, ateliere creative, PhotoVoice (metoda prin care cursanții pot face fotografii care să arate ce îi pasionează, îi animă sau îi preocupă), flashmoburi, maratoane, cafenele publice, jocuri de rol, teatru ș.a.

Atât bibliotecarii-facilitatori, care aplică nonformalul (peste 40) în programele educaționale ale bibliotecii, cât și participanții acestor programe și servicii s-au convins că efectele educației nonformale sunt cele mai de lungă durată.

Avem la BM un Laborator de Educație Nonformală (în continuare LEN), lansat la una din edițiile Zilelor Educației Nonformale (în continuare ZEN) prin care dezvoltăm capacitatea de practicare a educației nonformale în biblioteci, aducând procesului educațional pe care-l susținem o infuzie considerabilă de nonformal.

LEN adună bibliotecarii-formatori cărora le plac provocările, bibliotecarii care se consideră curioși, pasionați de munca lor, care doresc să o diversifice, să facă o inserție de nou în activitatea lor, să participe activ, să învețe, să-și stimuleze inteligența, creativitatea și ambiția.

### **Metodologia de desfășurare LEN**

LEN are stabilită o zi, de comun acord cu formatorii BM, a fiecărei luni în care un formator organizează un atelier (o sesiune, două sau trei, în funcție de subiect, metodă și complexitate) sau un curs (cu o durată mai lungă) despre o metodă nouă, nonformală pentru ceilalți formatori.



Exemplificăm prin câteva ateliere desfășurate la LEN: *Metode nonformale pentru dezvoltarea comunitară* – facilitator, Lidia Kulikovski; *Improvizația în educația nonformală* – facilitator, Diana Ungureanu (Biblioteca „L. Rebreanu”); *NEXT Library* – Oxana Andreev, Biblioteca „A. Mickiewicz”.

**Noțiune:** este o Campanie educațională, anuală, de 3-5 zile în cadrul căreia prin exersare, încercare și promovare bibliotecarii învață și aplică metode noi, de educație nonformală.

**Scopul ZEN** este de a învăța metode noi, nepractice la BM, pentru a diversifica activitatea de educație nonformală, pentru a face animația cu publicul mai atractivă, mai interesantă, mai motivantă și comunitar angajantă, construind, astfel, o cultură a nonformalului la BM „B.P. Hasdeu”.

### **Obiective:**

- asigurarea unei atmosfere prietenoase, pline de energie, fără constrângeri, ce facilitează învățarea eficientă;
- diversificarea metodelor de animație;
- formarea competențelor de aplicare a educației nonformale;
- oferirea participanților a posibilității de manifestare a talentelor;
- oferirea fiecărui bibliotecar-formator a șansei de a prezenta metode nonformale pentru diferite grupuri, scopuri, în orice context social, cultural sau inițiativă comunitară.

**Competențe:**

- educarea atitudinii pro schimbare;
- cunoașterea metodelor de educație nonformală;
- dezvoltarea abilităților de aplicare a metodelor și instrumentelor specifice educației nonformale;
- dezvoltarea imaginației, creativității și spontaneității;
- învățarea prin experiență.

## CAPITOLUL VII

## METODE DE EDUCAȚIE NONFORMALĂ

Animație stradală	Origami Teatru
Biblioteca vie	Origami terapie
Brown bag	PhotoVoice
Debate	Playback theater
Expoziție vie	ProAction Cafe
Flashmob	Storycollecting
Jocuri de societate	Storytelling
Laborator teatral	Storytelling digital
Mash-up	Storytelling proiectiv
Origami decorativ	Teatru de improvizație
Origami joc	Teatru de umbre
Origami poveste	Teatru Forum
Origami STEAM	Teatru labirint

## EDUCAȚIA NONFORMALĂ

Specialiștii în educație, dezbătând rolul și valoarea educației nonformale, au ajuns la concluzia că procesul prin care învățăm cele mai multe lucruri de-a lungul vieții este cel nonformal.

**Noțiune:** *o formă de animație educațională, organizată și susținută, care nu corespunde exact cu ceea ce numim educație formală și poate fi realizată în cadrul sau în afara instituțiilor de educație, adresându-se persoanelor de toate vârstele; sunt metode creative prin care oamenii se dezvoltă, atât personal, cât și profesional, care se pot aplica oriunde, la care poate participa oricine și în orice moment al zilei și al vieții.*

În așa accepțiune a definit-o UNESCO în 1997, concretizând că *Educația nonformală nu urmează*

*un sistem ierarhizat și poate diferi ca durată, fără a implica în mod obligatoriu certificarea rezultatelor învățării.* După recunoașterea UNESCO, educația nonformală s-a dezvoltat vertiginos, dar cu precădere în afara instituțiilor de învățământ. Educația nonformală se face prin metode și activități, nu prin cursuri, nu prin lecții și are loc, de cele mai multe ori, în afara instituțiilor de învățământ – se face de obicei prin activități specifice și în spații deosebite, ca săli de teatru, biblioteci sau cafenele. Educația nonformală s-a răspândit tot mai mult, aplicându-se în diverse domenii, inclusiv în biblioteci. Educația nonformală, fiind un proces foarte flexibil, se poate plia pe scopurile și obiectivele bibliotecii, se poate adapta cât mai exact pe nevoile și profilul celor care iau parte la proces. Mai mult, ea satisface toate tipurile de învățare, corespunde tuturor metodelor preferate de către participanți – vizuale, auditive, artistice, kinestezice etc.

Una din caracteristicile definitorii ale educației nonformale este adaptabilitatea – se modifică în funcție de comunitate, grup sau individ. Altă caracteristică a educației nonformale se referă la buna structurare și la claritatea obiectivelor de învățare. BM are formată o rețea de oameni care lucrează în domeniul acesta – în jur de 40 de persoane-sursă – facilitatori, formatori, traineri. Avem un *Laborator de educație nonformală* care îi adună pe cei cu experiență în implementarea unor metode de învățare, pe de o parte, și bibliotecari implicați în servicii educaționale care vor să însușească și să preia noi metode de învățare, pe de altă parte. Peste 40 de

persoane, care se înscriu în prealabil, învață de la persoanele-sursă diferite moduri de educație non-formală. Participanții trec prin ateliere de scurtă durată, de 15 minute, în care se prezintă câte o metodă de învățare. Apoi este aleasă una dintre metode, elaborând scopul, obiective și competențe, metodologii de organizare și desfășurare, de evaluare și metodologii inovative de colectare a feedbackului. Zilele Educației Nonformale (ZEN) reprezintă un eveniment care pune în valoare bibliotecarii-formatori și testează noi metode nonformale în rețeaua Hasdeu.

BM a testat mai multe metode nonformale în cadrul acestui laborator, apoi le-a implementat activ, la activitățile de instruire, la livrarea serviciilor, în animația cu publicul. În continuare încercăm să prezentăm metode nonformale utilizate activ de către bibliotecari, a celor abia testate și a celor emergente, pe care gândim să le implementăm și se află, deocamdată, pe lista de așteptare a BM. Și pentru că cele mai multe activități de animație se fac cu și prin povești, începem cu povestea.

## STORYTELLING

„Arta de a spune povești”, aceasta ar fi traducerea în limba română. Pentru că englezismul *Storytelling* e mai scurt, îl vom utiliza în textul nostru.

**Noțiune:** *formă de animație prin care învățăm să spunem, să scriem și să colectăm povești, să le animăm pentru bucuria noastră și a publicului; un mijloc de divertisment, educație, conservare a patrimoniului cultural, de insuflare a valorilor umane; o modalitate*

*de a împărtăși și interpreta experiența personală și de a transfera cunoștințele într-un context cultural.*

Definiția a ieșit cam lungă tocmai pentru a acoperi varietatea și diversitatea tipurilor de storytelling, pe care le veți cunoaște chiar dacă nu le practicați, într-o eventuală trecere a unor tipuri din *Lista de așteptare* în *Lista de implementare*.

**Scop:** *utilizarea poveștilor pentru a relaționa cu comunitatea, pentru a educa utilizatorii, pentru a scrie istorii proprii, istorii instituționale și istoria orașului și a oamenilor lui.*

### **Competențe:**

- dezvoltarea capacității de a asculta și, respectiv, a povesti;
- formarea abilității de a da coerență unei povești nestructurate;
- cultivarea deprinderii de a lega un context imaginar de unul real;
- proiectarea soluțiilor la diverse situații apărute; dezvoltarea creativității și capacității de sinteză;
- antrenarea flexibilității gândirii în afara cutiei.

E banal să spunem bibliotecarilor despre importanța poveștii în educație. Mai bine evidențiem ce pot poveștile și povestașii. Cum zic autorii metodei, *cei care povestesc și cei care ascultă se pot implica activ, pot să își imagineze noi perspective, să se implice într-un proces transformativ și empatic; pot crea conexiuni puternice, pot promova modalități inovative de rezolvare a unor probleme, pot proiecta acțiuni prin imaginarea unor noi perspective; pot căuta împreună, cele mai bune modalități de a găsi noi soluții.*

Există povești proprii, povești consacrate și povești nescrise ce pot fi create chiar în momentul utilizării metodei. În acest ultim format, poveștile implică emoții, valori, experiențe individuale și de grup, probleme și soluții. *Povestea nu este însă doar a povestitorului. Ea există pentru a fi transmisă, transformată, recreată, iar cei implicați parcurg un traseu de învățare/inițiere.* Ne-am convins la cursul *Vorbitorium* de faptul că oricine poate spune o poveste. **Povestea** nu există fără **povestitor** și fără **public**. Sunt trei elemente care oferă posibilitatea de a folosi metoda în scop formativ, educațional și terapeutic.

Supoziția că povestea și basmul sunt doar pentru copii (în biblioteci, de obicei, se desfășoară doar pentru copii!) este una greșită. Artă de a scrie sau povesti (oral) povești crește aplicabilitatea poveștii la o varietate de segmente de public: adulți, în special seniorii (care au ce nara), persoane dezavantajate (experiența lor de a înfrunța dificultățile vieții) din orice context social, cultural sau economic.

Storytellingul este o metodă foarte bună pentru promovarea imaginii bibliotecii, a profesiei și o cale eficientă de dezvoltare a unei culturi organizaționale. Povestea Rodei Amburșan, Biblioteca Metropolitană București, audiată de noi la Duplexul din 2 decembrie 2020, e un exemplu excelent.

La atelierul de Storytelling susținut de dr. Eduard Claudiu Brăileanu, șef Relații cu publicul de la Biblioteca Județeană „Panait Istrati” din Brăila, am învățat că prin această metodă *construim un mediu în care ascultătorii se simt în siguranță, pot reflecta*

*asupra experiențelor proprii și pot iniția dialogul cu ei înșiși sau cu ceilalți.* Metoda poate relatea atât povestea individuală, cât și povestea unui oraș, a unei instituții, a unei biblioteci etc.

Metodologia de utilizare a poveștii prin animație cu implicarea publicului e simplă: (1) alegem forma de animație (vedeți mai jos exemple de forme); (2) identificăm scopul, obiectivele și competențele pe care le obțin cei implicați. Scopul și obiectivele sunt unice, distincte în funcție de formă, public, de specificul bibliotecii etc. Competențele sunt generale, dar pot fi și specifice, iar metodologia de desfășurare e foarte diversă. *Nonformalii* oferă o metodologie simplă, în trei pași, pentru animarea acestei metode:

#### 1. Intrarea în poveste sau Deschidem poarta.

În acest segment organizațional este creat (1) un spațiu propice introspecției, al deschiderii către experiența proprie, (2) un dialog deschis între participanți, (3) un punct de familiarizare a publicului/participanților cu elementele povestirii. Acestea sunt realizate prin mai multe și diverse elemente: jocuri de grup, interviuri, mijloace vizuale și media, metoda introspecției (jurnal), exerciții de improvizație etc. Intrarea în poveste oferă șansa participanților de a iniția un dialog cu ceilalți, de a găsi similitudini sau diferențe în ceea ce privește percepția poveștilor.

#### 2. Povestea

Acest pas relevă procesul efectiv de narare. Există factori ce țin de arta povestirii și care ajută naratorul să comunice efectiv cu ascultătorii, să-i transpună în planul poveștii. Acești factori sunt: intonația, intensitatea și timbrul vocii, utilizarea pauzelor, a



onomatopeelor și a gesturilor, elemente care ajută la transmiterea mesajului poveștii narate. Ele pot fi învățate și necesită exercițiu continuu. Elementele externe auditive, vizuale, kinestezice și tactile, la fel, ajută la transmiterea mesajului. În acest sens apelăm la trucuri muzicale, înregistrări, imagini, chiar și obiecte reale. Contactul cu publicul e de importanță majoră în acest segment de storytelling.

### 3. Ieșirea din poveste

Ieșirea din poveste presupune o mișcare din planul poveștii în planul percepției publicului. Ea poate fi realizată prin desen, teatru, teatru de umbre, scriere creativă, chiar și dezbateri. Pornind de la caracteristicile personajelor și de la valorile și mesajul poveștii, pot fi construite scenarii noi, în care participanții au atât rol de autor, cât și de actor. Pentru detalii, trucuri și descriere detaliată, consultați *Storytelling pas cu pas* la [www.nonformalii.ro](http://www.nonformalii.ro)

Noi însă prezentăm o trecere în revistă a metodelor de Storytelling.

## STORYCOLLECTING

Metoda Storycollecting (poveste comună) este cea prin care naratorul creează povestea cu ajutorul publicului. Urmând etapele narațiunii (expozițiune, intrigă, desfășurarea acțiunii, punct culminant și deznodământ), naratorul facilitează doar crearea povești. Eroul, puterile lui și probele prin care acesta trebuie să treacă, sunt create cu ajutorul participanților. Se aseamănă cu unele exerciții de improvizație, pornind de la participanți și construindu-se cu ajutorul acestora. Pentru ca procesul să fie unul

constructiv, prima idee oferită de public este cea acceptată. În momentul în care se solicită un nume pentru eroul principal, prima sugestie este cea acceptată. În acest fel, povestea este creată treptat, fără conflicte referitoare la anumite aspecte.

Această metodă am aplicat-o la Academia tinerilor bibliotecari, la cursul „Vorbitorium”, la cursul „Servicii noi”, la sesiunea „Scrierea poveștii de succes a unui serviciu”. De exemplu, sesiunea începea cu scrierea poveștii colective despre un serviciu. După discuții și evaluări ale poveștii colective, treceau la scrierea poveștii unui serviciu real, funcțional. E o metodă foarte bună și cu impact important în activitatea cu copiii la Ora poveștii sau la Să reauzăm povestea.

### **POVEȘTEA DIGITALĂ (digital storytelling)**

Bibliotecile doar transmit poveștile cunoscute. Important însă este să creăm noi povești. Astfel, pot fi create personaje noi, povești noi sau chiar e posibil de recreat unele deja cunoscute. Digital Storytelling se referă la utilizarea mijloacelor media în crearea poveștilor. BM are o experiență foarte bogată de elaborare a Poveștilor digitale.

### **POVEȘTEA PROIECTIVĂ**

La acest tip de poveste sunt folosite așa-numitele instrumente proiective (asupra cărora participanții își proiectează sentimentele, reflecțiile și gândurile). Cel mai adesea, aceste instrumente sunt cardurile colorate, cu diverse imagini, simboluri sau scene, asemănătoare cu cele de la jocul de Dixit. În funcție

de setul de carduri ales, imaginile au o anumită tematică și pot fi folosite în contextul în care se lucrează: simboluri din povești (Mythos), viața unui trib în junglă (Morena), scene de violență/compasiune (Cope), portrete de adulți sau copii (Persona și Personita), ecologie (Habitat) ș.a.

Cum să folosesc cardurile, în ce momente și cu ce scop, aflați din tutorialul *Storytelling pas cu pas*. <http://www.nonformalii.ro/metode/storytelling-arta-povestirii/storytelling-pas-cu-pas>

Faptul că există un suport proiectiv, facilitează procesul de storytelling și încurajează toți participanții să împărtășească emoții și gânduri semnificative legate de munca lor, de un anumit proiect, de participarea la un atelier.

## PROACTION CAFE

Este un alt tip de Cafenea care reprezintă un spațiu de conversație creativă și orientată înspre acțiune în care participanții sunt invitați să pună în discuție toate întrebările, nedumeririle, proiectele, ideile. Metoda, concepută de către Rainer von Leoprechting și Ria Baeck din Brussels/Belgia, este o combinație între *Open Space* și *Cafeneaua Publică*. Scopul, obiectivele și competențele dezvoltate participanților sunt comune: schimb de idei, păreri și aprofundare a subiectelor; participare activă la discuții, prin generarea de idei și soluții pentru rezolvarea unei/unor probleme, iar rezultatele și materialele pot fi folosite ulterior reprezentând suma experiențelor individuale ale participanților.

Rezultatele pot fi multiple și diferite, în funcție de scopul și tema cafenelei. După întâlnire, organizatorii elaborează, de obicei, un raport pe care îl trimit participanților, autorităților și actorilor care au legătură cu subiectul, monitorizând astfel punerea în practică a soluțiilor sau ideilor rezultate. Totodată, participanții interacționează într-un cadru mai puțin formal, fac schimb de experiențe și dezvoltă relații folositoare organizațiilor sau instituțiilor pe care le reprezintă și care pot duce la colaborări ulterioare între acestea. (Metoda propusă de Andreea Firăstrăeru, Training Cafe – Institutul Român de Training).

Metoda „Cafenea publică” vezi cap. III.

## DEBATE

Dezbaterea are la origini adunările din Grecia Antică, unde se supuneau discuției probleme de interes pentru societate și unde fiecare cetățean își putea exprima punctul de vedere. Dezbaterea a fost preluată ca metodă educațională în învățământul superior, în Atena, de către Socrate, Platon și Aristotel.

<https://xdocs.ro/doc/setul-al-ii-lea-materiale-de-sprijin-pentru-profesori-32857qy0vmox>

Dezbaterea, în sutele, chiar miile de ani trecuți, a evoluat ca formă de confruntare a doi oameni sau a unor grupuri și echipe: de la *Disputatio* – *Dezbatere* – *Debate*.

În Evul Mediu, dezbaterile și-au pierdut rolul în conducerea societății, dar au rămas un element de bază în educație. Participarea activă a studenților se realiza prin dezbaterea problemelor

– *disputatio* – care presupunea discuții atât de antrenante încât atrăgeau și public din afara clasei. După Evul Mediu, dezbaterile au fost redescoperite de englezi. Profesorii din Anglia predau dezbaterile într-o formă mai structurată, iar cei interesați se confruntau în „cercuri literare”, unde dezbăteau ultimele evenimente, literatura sau alte subiecte.

Dezbaterile în Statele Unite ale Americii au jucat un rol important în întâlnirile orășenești, unde se discutau probleme importante ale comunității, și au evoluat către una din cele mai cunoscute forme de dezbateri din societate: *dezbaterile electorale*.

Astăzi avem foarte multe formate de dezbateri. În capitolul I ați cunoscut metodologia formei de *Dezbateri* așa cum o realizează bibliotecile. În funcție de numărul de echipe, numărul de persoane dintr-o echipă și specificul rolurilor îndeplinite de acestea – formatele pot varia. Puteți afla mai multe informații accesând linkurile de mai jos: *Formatul World Schools Style*, *Formatul Karl Popper*, *Formatul American Parliamentary*, *Formatul British Parliamentary*

**Noțiune:** *formă structurată de dezbateri academică sau educațională, compusă informal din echipe cu un număr egal de membri, angajați de a pune în valoare „pro” și „contra” argumente pentru ambele fațete ale unor chestiuni asupra cărora oamenii, deși bine intenționați, pot fi în dezacord.*

În esență, tehnicile de dezbateri dezvoltă următoarele **Competențe:**

- gândirea critică;
- capacitatea de argumentare;

- concizia și claritatea în exprimare;
- rezonabilitatea în afirmarea unei opinii, având la bază o documentare prealabilă;
- toleranța față de opiniile adverse;
- ascultarea activă;
- stilul de prezentare într-o apariție publică;
- capacitatea de a lucra într-o echipă.

### Repere de organizare și desfășurare:

Structura dezbaterii se construiește pe patru componente distincte, dar, totodată, legate între ele și completându-se una pe alta: *Moțiunea*, *Cazul*, *Argumentul*, *Intervențiile*.

Importantă în *Debate* este tema de dezbateri, numită și *Moțiune* – o afirmație asupra căreia oamenii rezonabili pot avea opinii diferite. O *Moțiune* bine elaborată trebuie să se concentreze asupra unui conflict real între valori importante. În același timp, *Moțiunea* trebuie să includă, într-o anumită măsură, și considerente de ordin practic. Cu alte cuvinte, o moțiune bine formulată oferă șanse egale și trebuie elaborată în asemenea manieră încât fiecare dintre părți să aibă ceva de spus.

### Exemple de *Moțiuni*:

- oferta bibliotecilor ar trebui să fie mai atractivă;
- este mai bine ca bibliotecile să lucreze sâmbăta și duminică;
- lectura este în dizgrație;
- este bine ca biblioteca să ofere zile speciale pentru jocuri.

Alt element al dezbaterii este *Cazul* care reprezintă totalitatea argumentelor în sprijinul punctului de vedere al unei echipe. *Cazul* este esența argumentării echipei. Fiecare argument în parte trebuie să ajute la demonstrarea *Cazului*, care la rândul său trebuie să dovedească partea specifică de moțiune. Debaterii trebuie să se întrebe de fiecare dată „*Dovedește argumentul acesta partea sa de moțiune?*”

Următorul element este *Argumentul*, o construcție logică prin care încercăm să demonstrăm valoarea de adevăr a unei afirmații.

Și *Intervențiile*, ultimul element constitutiv al unei dezbateri ca la carte, sunt importante într-un discurs constructiv din partea membrilor echipei oponente. Într-o *Intervenție* poate fi: 1) pusă o întrebare; 2) făcută o clarificare; 3) exprimată o idee sau prezentat un exemplu. Nicio *Intervenție* nu trebuie să depășească 15-20 de secunde. Astfel, aceasta trebuie să fie scurtă și la obiect. Orice membru al unei echipe poate adresa intervenții între primul și ultimul minut al unui discurs constructiv (adică toate discursurile în afara celor concluzive) al echipei adverse. Acceptarea sau respingerea intervențiilor este strict la latitudinea vorbitorilor.

Într-o societate modernă, lucrurile merg înainte datorită schimbului liber de idei. Abordarea din Debate le cultivă participanților capacitatea de analiză a problemelor controversate și ajută la obținerea unei imagini nedistorsionate de prejudecăți. În acest context, participanții vor emite judecăți asupra unei „moțiuni” folosind criteriile obiective și, totodată, vor

apăra o poziție folosind argumente susținute de dovezi, și nu de simple opinii.

Vezi Dezbateri la p. 86.

## ORIGAMI TEATRU

**Noțiune:** *o metodă educativă nonformală ce îmbină arta orientală a plierii hârtiei, origami, cu teatrul de animație.*

Participanții învață cum să plieze un pătrat de hârtie pentru a obține diverse forme, învață să elaboreze povești-origami, își cultivă răbdarea și atenția la detalii, învață să socializeze mai ușor și să comunice cu ajutorul acestei arte.

Origami poate fi folosită începând cu preșcolarii până la adulți, în orice colț al lumii. Modelele se adaptează vârstei și grupului-țintă. Poate fi folosită în școală pentru a anima un grup de copii, pentru a crea piese de teatru (pentru copii și adulți) sau ca metodă de team building, metodă educativă în școli și grădinițe, ateliere de creație pentru copii și adulți etc.

Interferența acestor două arte pe teritoriul educației împletește respectul față de reguli cu dinamica cu care orice formă de teatru stimulează inteligența emoțională. Ea este o metodă nonformală prin care participanții de orice vârstă devin mai răbdători, se pot concentra mai bine, câștigând mai multă încredere în forțele proprii, dar și devenind mai fluenți și mai responsabili în comunicarea emoțiilor și ideilor proprii. Metoda are trei funcții: educativă, terapeutică și estetică (se pot face filme, spectacole de teatru, expoziții etc.).



**Scop:** *diversificarea metodelor educaționale care creează un proces de învățare în cadrul căruia participanții dezvoltă inteligența emoțională prin poveste, joc, teatru.*

Fiecare etapă a acestei metode – Origami poveste, Origami joc și Origami teatru – poate fi implementată separat sau împreună. Mai multe informații despre aceste etape puteți găsi la „Origami-teatru pas cu pas”.

De-a lungul timpului, arta origami a evoluat și a căpătat noi dimensiuni.

Această artă a fost folosită ca metodă de educație – întâi în familie, apoi a fost preluată de educatori, bibliotecari și profesori, fiind folosită pentru a-i ajuta să-și dezvolte competențe și abilități, în special gândirea logică și strategică, întocmai ca o artă marțială.

### **Competențe:**

- îmbunătățirea activității celor două emisfere cerebrale;
- orientarea și vizibilitatea în spațiu;
- dezvoltarea memoriei, concentrării, coordonării mână – ochi;
- dezvoltarea abilităților motorii fine;
- dezvoltarea gândirii logice.

De la faza experimentală până în prezent, metoda a fost perfectată și la moment e definită drept o metodă de educație care îmbină arta Teatrului de păpuși cu Origami în scopul dezvoltării unui set complex de competențe. De-a lungul timpului a fost diversificată metoda accentuând/dezvoltând o

nouă dimensiune ca Origami joc, Origami storytelling etc.

Cercetarea pe grupuri mari de copii, tineri și adulți a condus la o recunoaștere internațională a originalității Origami teatru ca metoda de învățare. Origami este folosit în variate scopuri de învățare.

### ORIGAMI STEAM

În timpul procesului de pliere sunt create diferite unghiuri și forme geometrice, astfel încât de-a lungul vremii origami a fost folosit pentru a susține demonstrații matematice sau pentru a explica într-o formă mai accesibilă anumite teorii matematice. De asemenea, această apropiere dintre origami și matematică a sprijinit o serie de inovații științifice, cercetătorii descoperind aplicații ale artei origami în aeronautică, medicină, tehnologia comunicațiilor etc.

### ORIGAMI DECORATIV

Origami a captat interesul decoratorilor și artiștilor din diferite colțuri ale lumii. Putem observa utilizarea tehnicii Origami cu rol decorativ în cele mai diferite contexte: abajururi origami, vase inspirate din modele origami, plierea șervețelelor, cutiilor, plicurilor etc. Artiștii plastici folosesc origami pentru a se exprima fie realizând modele ce încearcă să reproducă naturalul până în cele mai mici detalii – Sculpturi în hârtie –, fie asamblând o serie de module, pentru a crea modele deosebit de complexe, ori alăturarea unor modele origami, pentru a crea un tablou sau o expoziție cu o anumită temă.

### **Origami terapie**

Origami este asociat adeseori cu diferite forme de terapie prin artă datorită efectelor sale. Origami poate ajuta persoanele bolnave să-și recapete echilibrul interior și să dorească să lupte pentru recuperare, stimulându-le, astfel, voința. În plus, în spitale origami este o fereastră spre locul unde ai vrea să fii.

Origami poate fi organizat atât în interior, cât și în exterior. Resursele necesare constau în pătrate de hârtie colorată, însă în funcție de activitățile propuse putem avea nevoie și de creioane colorate sau carioci, lipici, foarfece, coli de flipchart pentru realizarea planșelor de joc etc.

### **ORIGAMI POVESTE**

Fiecare pas al plierii face parte dintr-o poveste, astfel plierea unui obiect origami nu mai este doar o acțiune abstractă, rigidă, ci devine o aventură cu vrăjitori, zâne sau animale. Participanții își dezvoltă creativitatea, învață să comunice un mesaj cu ajutorul origami și își dezvoltă abilitățile de improvizație și creație.

Povestea începe cu plierea unui obiect. Odată finalizat, participanții sunt împărțiți în grupuri mici, fiecare grup având sarcina să realizeze propria poveste origami pentru figurina pe care au pliat-o, iar la expirarea timpului, grupurile se reîntorc în plen și își prezintă poveștile create.

Activitatea poate dura 30-60 min, numărul de participanți este de 10-12 persoane, însă poate fi organizată și pentru grupuri mai mici, minim 5 – maxim 20 de persoane.

## ORIGAMI JOC

Participanții pliază un obiect origami (adeseori folosind și o poveste), iar apoi pot deveni personaje de poveste, folosindu-și obiectele origami pliate pentru a se juca și învăța. Exemple de jocuri origami: cursa broșuțelor săritoare, concurs de pilotat avioane de hârtie etc.

Apoi ei folosesc obiectele create în joc, respectând regulile acestuia. Cel mai adesea jocul face parte din poveste, dându-le, astfel, participanților ocazia să rescrie sfârșitul poveștii. Putem dezbate la final (în funcție de vârsta participanților) ce au învățat din această experiență, emoțiile simțite etc. Adulții pot fi provocați să creeze un nou joc origami, pornind de la același obiect origami. Activitatea durează 30-60 min.

## TEATRU FORUM

**Noțiune:** *o formă de teatru interactiv ce oferă posibilitatea pentru dezbateri, creând o nouă modalitate de expresie și de interacțiune cu publicul prin schimb de idei, opinii și soluții sau modele pentru a produce o schimbare realistă.*

**Scop:** *utilizarea artei participative pentru găsirea soluțiilor de înlăturare a unei situații de opresiune prin schimbarea atitudinilor personajelor, fără însă a acționa direct asupra personajului-opresor.*

Teatru Forum este o metodă complexă care începe cu mult înaintea evenimentului. Foarte important este ca problema prezentată în piesă să fie a grupului care pregătește piesa sau a comunității în care se va juca. La acest aspect gândim încă din faza de proiectare și prototipare a piesei de Teatru Forum:

1. Ne documentăm despre metoda Teatru Forum, cum se pune în practică;
2. Mergem la un training de Teatru Forum realizat de cineva cu experiență în practicarea metodei Teatru Forum;
3. Clarificăm scopul metodei Teatru Forum și cui i se adresează;
4. Căutăm o persoană-resursă pentru prima piesă de TF, cu experiență (actor, regizor sau altcineva care a practicat metoda), care să ne ajute s-o pregătim;
5. Ne documentăm despre problematica aleasă și despre tipologiile de personaje alese;
6. Planificăm o sesiune de consolidare a echipei, de clarificare a conceptului de Teatru Forum, a scopului și a etapelor de desfășurare.

TF are patru părți:

### **Pregătirea piesei**

Se identifică o problemă de opresiune într-o anumită comunitate sau probleme semnalate de către coordonatori de proiect, facilitatori comunitari sau alte persoane care doresc o schimbare.

Se dezvoltă apoi un proiect în jurul acesteia, folosind metoda Teatrului Forum. Pentru realizarea piesei de Teatru Forum au loc întâlniri în care se stabilesc prin improvizație personajele piesei și scenariul, ținându-se cont de cazuri reale specifice problemei în dezbateri. Piesa se joacă pentru un public-țintă, care s-a confruntat sau are potențial să se confrunte cu o astfel de problemă.

### **Partea de teatru**

Pentru reușita reprezentației este bine să avem un număr de spectatori între 30 și 70 și să promovăm cât mai bine evenimentul către grupul-țintă. Desfășurarea efectivă a unei piese de Teatru Forum are trei etape principale: piesa, discuția și forumul. În prima, situația de opresiune este prezentată în aproximativ 15 minute cu ajutorul personajelor și a interacțiunilor dintre acestea. Personajele pieselor de Teatru Forum sunt construite incomplet (vom dezvolta acest aspect în capitolul construirea piesei), astfel încât publicul să se poată identifica cu acestea, mai mult, să simtă nevoia de a completa cu acțiunile proprii, prin înlocuirea respectivului personaj.

### **Partea de forum**

În a doua etapă, moderatorul piesei, numit Joker, facilitează discuția despre situația prezentată, despre cauzele opresiunii, despre relațiile dintre personaje și despre poziția ocupată de fiecare în piesă: opresor, opresat, aliați ai acestora, personaje neutre. Jokerul are rolul de a motiva și stimula publicul să vină cu soluții realiste sau îmbunătățiri ale situației prezentate pe care să le joace pe scenă. O altă atribuție a sa este de a explica și urmări respectarea regulilor TF.

În partea de forum publicul devine activ. Are posibilitatea să schimbe toate personajele, doar opresorul rămâne constant: Teatru Forum presupune că în realitatea cotidiană opresiunea nu va dispărea pur și simplu, și își propune atunci ca aceasta să fie înlăturată prin schimbarea atitudinilor vizavi de opresor și de problemă.

## Intervenții

Fiecare spectator poate să intervină pe parcursul piesei printr-o bătaie din palme. Actorii „îngheață în statui”, rămân nemișcați pe scenă pentru ca persoana din public să vină în locul actorului din piesă. Toți actorii sunt atenți la schimbări și improvizează ținând cont de caracteristicile principale ale personajelor lor. Scopul urmărit este ca publicul să acționeze asupra personajelor care nu au luat atitudine și care pot schimba cursul acțiunii într-unul pozitiv, care pot ajuta opresatul să ia o decizie care să îl susțină și să îl dezvolte pozitiv.

Se intervine astfel în fiecare scenă, rând pe rând, înlocuindu-se personaje până când

se ajunge la soluția votată de către public ca fiind cea mai realistă și utilă în situația prezentată. După alegerea soluției au loc discuții despre cum ar putea fi implementată aceasta în realitatea de zi cu zi – în comunitatea care se confruntă cu problema dezbătută.

TF se aseamănă sau, mai bine-zis, e din aceiași familie cu Teatrul Social.

## Joker

Moderatorul, între actori și public (numit Joker), este ca o gazdă care își așteaptă oaspeții – pregătită, știe cum să îi întâmpine, știe cum să îi întrețină și să fie atent la toți. El prezintă regulile Teatrului Forum și energizează grupul, îl activează cu jocuri de demecanizare sau de cunoaștere, specifice și are rol de a implica spectatorii în găsirea de soluții la probleme sau crearea de căi spre o situație îmbunătățită.

În ziua reprezentației facilitatorul sau Jokerul trebuie să participe împreună cu echipa la următoarele activități:

- repetarea obiectivelor piesei cu echipa: reamintirea motivației pentru care fac piesa;
- reamintirea potențialelor intervenții și a reacțiilor posibile ale Jokerului sau ale echipei;
- exersarea energizării și demecanizării (un cântec, un joc cu strigăte, îmbrățișări etc.);
- pregătirea de către Joker a structurii de debriefing a forumului (cu întrebări și provocări pe care Jokerul le va lansa);
- Jokerul va informa actorii despre ceea ce vrea să facă, indiferent dacă a mai făcut inițial sau dacă este ceva nou;
- pregătirea spațiului de desfășurare a reprezentației de către cei ce îl vor folosi (actorii + Joker);
- exersarea intrărilor și ieșirilor din scenă.

*Teatru Forum dezvoltă competențe pentru non-actorii implicați în punerea în scenă a spectacolelor:*

- capacitatea de a face față provocărilor – a juca pe scenă în fața publicului, a ieși din zona de confort, provocând, astfel, învățarea;
- capacitatea de a se adapta la diferite situații – a învăța din transpunerea directă în situații care sunt realiste;
- flexibilitatea – exersarea diverselor situații, practicarea competențelor și comportamentelor noi;
- abilități de comunicare interpersonală și de asertivitate – exercițiile de improvizație, feedbackul în echipă ajută publicul să se cunoască,



să se înțeleagă mai bine, să poată comunica cu ceilalți;

- competențe din sfera relaționării, creativității, luării deciziilor, lucrului în echipă.

*Teatru Forum are o influență directă în schimbarea de atitudini și dezvoltarea competențelor publicului:*

- sensibilizează față de formele de discriminare cu risc de excluziune socială;
- dezvoltă empatia publicului față de situația unor grupuri sociale;
- crește nivelul de înțelegere și toleranță a publicului larg față de excluziunea socială;
- dezvoltă atitudinea participativă a publicului în situațiile de discriminare și opresiune;
- dezvoltă atitudinea proactivă și de participare socială a publicului spectator.

*Teatru Forum dezvoltă competențe persoanelor cu risc de excluziune socială:*

- încrederea în sine – exersarea confruntării cu opresorul într-o manieră nonviolentă;
- autovalorizarea – a fi capabil să prezinte propriile valori și credințe și a le susține;
- încrederea în ceilalți – a înțelege rolul celorlalți care te pot susține în depășirea discriminării.

## TEATRU DE IMPROVIZAȚIE

**Noțiune:** *improvizația este abilitatea de a crea, de a cânta, de a juca, a dansa sau a vorbi, ca reacție spontană la ceea ce se întâmplă în jurul nostru sau ca reacție la propriile noastre gânduri sau sentimente.*

Improvizația este o formă de educație nonformală provenită din zona teatrală în care se folosesc

tehnici pentru a crea dialoguri, scene, cântece sau povestiri. În acest mod reușim să creăm noi moduri de gândire, noi structuri, noi practici. Teatrul de improvizație presupune, de cele mai multe ori, o relație interactivă cu publicul, actorii solicitând adesea sugestii din partea acestuia, ca o sursă de inspirație, iar prin acest mod se demonstrează de fapt și autenticitatea spectacolului.

**Scop:** *exersarea adaptării spontane la situații reale sau imaginare, la propuneri de spațiu sau relații cu partenerul/ii și/sau ale unui coordonator de joc.*

### **Obiective:**

- asigurarea unui mediu de destindere, sigur, lipsit de concurență, în care fiecare își poate explora și dezvolta propria personalitate;
- stimularea creativității angajaților să lucreze în echipă, comunicarea și încrederea în colegi sau parteneri;
- incitarea la deschidere, la învingerea temerilor, la cooperare și rezolvarea problemelor;
- încurajarea de a abandona orgoliul, de a lucra pentru un scop comun.

### **Competențe:**

- dezvoltarea spontaneității imaginației, intuiției și flexibilității;
- dezvoltarea gândirii pozitive, obținerea încrederii în sine;
- consolidarea relațiilor cu cei din jurul lor.

„Școala de improvizație se mai poate numi și școala de echipă. Sau școala de relații. Sau școala de

implicare. Sau o poveste minunată” (Metodă propusă de Mihalea Sârbu, Teatrul Fără Frontiere).

## TEATRU LABIRINT

„Arta este o formă de autocunoaștere și calitatea aceasta este sensul apariției Teatrului Labirint: spectatorul devine actor principal într-un spectacol aproape spontan în care spațiul în sine capătă personificare, devenind personaj. Aflată la îngeamănarea a două științe, pe de o parte teatrul, pe de altă parte psihologia, este o experiență a mirosului, a auzului, a vizualului, a încrederii, a memoriei, o experiență intensă în care spectatorul nu stă pe un scaun și lasă acțiunea să se întâmple. Spectatorul parcurge un traseu, parcurge labirintul spre sine” (S. Dobrescu). <https://capitalcultural.ro/12-ore-non-stop-un-singur-spectacol-de-teatru>

**Noțiune:** o formă de teatru neconvențional, senzorial, experimental, interactiv, în care actanții sunt personaje dintr-o poveste prin care spectatorii trec, pe rând, ca personaje principale prin diverse provocări.

**Scopul** depinde de tema aleasă, de locul, spațiul și grupul căruia este destinat.

În 2016 a avut loc un spectacol al TL cu tema „București – oraș In-vizibil”. Scopul TL bucureștean a fost *Descoperirea orașului – partea vizibilă și invizibilă*. Foarte indicat pentru aniversarea celor 585 de ani ai Chișinăului.

### Obiective:

- aplicarea teatrului participativ pentru incitarea utilizatorilor la noi experiențe;

- oferirea posibilității de conștientizare a propriei persoane și a potențialului său creativ;
- încurajarea folosirii resurselor proprii.

Apărut în anii '90, autor Iwan Brioc, TL a căpătat o răspândire și o popularitate mondială. Este un teatru participativ asemeni Teatrului Forum cu aplicabilitate foarte largă – „spectatori” participanți pot fi elevi, adolescenți, adulți. Desfășurarea evenimentului se poate realiza în funcție de temă: în oraș, în parc, în pădure sau pe malul unui râu, iaz sau la bibliotecă; la Grădina Botanică, la Muzeu, la Fabrica de pâine „Franzeļuța” etc. „Are un instrument teatral incitant și volatil deopotrivă – simțurile; o poetică concretă, imediat aplicabilă, poetica senzorială. Căutam o rimă la «gustul care-mi aduce aminte de...» și o găseam sub copacul unde n-am avut niciodată curajul să mă acopăr complet cu frunze. Ne-am plimbat spectatorii prin clădiri, parcuri, subterane și debarale, în căutarea unui teatru intim, personal ca lectura unui roman și universal ca lectura unui roman bun. Prin teatrul senzorial, am povestit scări de bloc, bunici, orașe, colecții de pietre, de case, poeți și lecții de fizică. La invitația onorantă a *Dilemei vechi*, răspundem cu un labirint despre apă. Și despre pietre. Revenim astfel la teme simple în amintirea unor vremuri mai simple, poate. Vremurile în care piatră pe piatră se construia o cetate. Și am ales și apa fiindcă este un povestitor bun. Se spune că are memorie și am vrea să o interviewăm împreună cu dumneavoastră, în oricare dintre stările ei de agregare. Ne bucurăm sincer că ne oferim această întâlnire, un

periplu personal și individual prin vechea Cetate Albă, meditând la ziduri și lăsându-ne purtați de vocea susurătoare și omniprezentă a apei”. <https://dilemaveche.ro/sectiune/tema-saptamanii/articol/ce-este-teatrul-labirint>

Reușita TL depinde de scopul labirintului, de grupul care construiește labirintul și de grupul căruia îi este destinat. Sunt totuși elemente care rămân constante:

- crearea unei echipe, care pornește de la individ și ajunge la un suflu comun;
- dezvoltarea competențelor de creativitate, de comunicare și de toleranță, de schimbare în modul de reprezentare a realității, de percepție a propriei persoane și de conștientizare a acesteia;
- capacitatea energiilor care atinge spectatorii și comunitatea;
- transmiterea unui mesaj sau a unei realități într-un mod individual (elemente didactice, resurse turistice, mesaje ce susțin campanii, evenimente, terapie de grup și de comunitate ș.a.m.d.).

### **Repere de organizare:**

- se formează o echipă de constructori (nu mai mult de 10 utilizatori-voluntari). Echipa va structura călătoria, va organiza traseul cu momentele care urmează a fi experimentate; va asigura materialele necesare (recuzita), va conduce participanții care vor trece de la un constructor de labirint la altul și va premia

- participanții („spectatorii”). Foarte asemănător cu BiblioQuest-ul practicat de BM;
- în „labirint”, participanții vor simți și personaliza structura călătoriei, vor experimenta senzații și trăiri, sentimente și amintiri, care le vor permite să se descopere;
  - traseul va fi parcurs concomitent de câte doi participanți, aceștia fiind conduși de la un punct la altul de câte un constructor;
  - la final, „spectatorii” vor fi aduși în „camera misterelor”, unde vor fi dezlegați la ochi și li se va cere să identifice un mesaj secret, format din anumite cuvinte pe care trebuie să le identifice din cărți, conform unui cod;
  - apoi urmează un debriefing pentru a exprima legătura creată între traseul fizic parcurs și labirintul interior, al trăirilor, al sentimentelor și al amintirilor;
  - la final, toți cei implicați vor primi diplome.

## PLAYBACK THEATER

Interactiv și spontan, Teatrul Playback își bazează întreg materialul performativ pe poveștile din comunitate. Teatrul Playback atrage oamenii împreună și deschide noi perspective în orice fel de context – în teatre, ateliere de lucru și o gamă largă de altfel de contexte de învățare.

**Noțiune:** *spectacol realizat de o echipă de actori, un dirijor și un muzician, în care spectatorii interacționează cu dirijorul și urmăresc cum actorii creează mici piese teatrale, apoi se urcă pe scenă și creează împreună cu actorii o piesă mai complexă.*

**Scop:** *cultivarea și manifestarea creativității utilizatorilor prin teatru de improvizație a unei povești-oglină a vieții sau a unei situații reale.*

Am experimentat ca participant-spectator accidental la un Playback Theatre la Bienala de Arte de la Veneția. O experiență inedită cu o metodologie complexă de realizare. Pentru bibliotecari ar fi dificil să-l aplice, dar în colaborare cu un actor și un dirijor dornic să experimenteze forme noi de teatru, am putea să-l încercăm, pentru că merită cu siguranță.

Această metodă teatrală, creată de către psihodramaturgul american Jonathan Fox, dezvoltă unele competențe care nu pot fi formate decât în astfel de experiențe.

### **Competențe:**

- dezvoltarea și transformarea utilizatorilor interni și externi, plecând de la înțelegerea situației actuale prin oglindire;
  - manifestarea expresivității și a empatiei; orientarea/educarea gândirii de a lucra sistemic;
  - organizarea muncii creative cu grupuri de angajați sau utilizatori, plecând de la problemele, situațiile reale sau de la visele lor la soluții și idei noi găsite împreună;
  - dezvoltarea abilităților de ascultare activă și a celor de muncă în echipă;
- cultivarea abilităților de improvizație.

### **TEATRU DE UMBRE**

**Noțiune:** *o formă a artei spectacolului în care personajele dintr-un scenariu prind viață prin jocul*

*actorilor-păpușari cu o sursă de lumină și cu umbrele unor obiecte special create.*

Este o metodă puternică prin impactul asupra celui care îl practică, prin care participanții pot face piese de teatru folosindu-și propriul corp sau decupaje specifice; poate fi mut (sub forma de mimă), cât și sonor, ca într-o piesă de teatru clasic.

**Scop:** *diversificarea metodelor teatrale utilizate în activitățile de animație pentru a atrage publicul să-și dezvolte limbajul și capacitatea de exprimare orală; să inventeze propriile piese de teatru, să fie parte a unei echipe teatrale.*

### **Obiective:**

- sporirea atractivității animației cu publicul;
- diversificarea ofertei de animație prin metode noi de învățare;
- crearea unui mediu care suscită interesul de a încerca sau participa activ;
- asigurarea resurselor necesare pentru desfășurarea metodei (resurse umane instruite și resurse materiale).

### **Competențe:**

- înțelegerea, stăpânirea și transmiterea unui tip de comunicare alternativă;
- descoperirea limitelor comunicării vizuale ale unor idei sau situații;
- transformarea textului în limbaj vizual;
- dezvoltarea unui mod complex de a gândi și de a observa realitatea;



- dezvoltarea abilităților de cooperare și de coordonare;
- modelarea pozitivă a spiritului de echipă;
- formarea unei atitudini de implicare și responsabilitate socială.

### Desfășurare

Un spectacol de Teatru de umbre pornește de la un text creat de echipa de lucru (crearea poveștii pornind de la o experiență reală) sau individual (crearea propriei povești) prin diferite metode sau, pur și simplu, poate fi preluat un text din diferite surse de povești sau proză literară; apoi începe „traducerea” textului într-o succesiune dinamică de imagini, astfel încât mesajele-cheie să fie transmise cât mai eficient. Etapele de desfășurare – după cum urmează:

- prezentarea participanților, crearea unei stări de confort emoțional;
- dezinhibarea prin jocuri senzoriale, specifice tuturor metodelor educative ce implică teatru;
- alegerea sau crearea textului ce va sta la baza spectacolului;
- „traducerea” textului într-o suită de scene în care personajele principale se găsesc în momentele cele mai reprezentative din discursul epic. Creionarea unui decupaj regizoral;
- încercarea unor tehnici și metode pentru realizarea planului înfăptuit în etapa anterioară;
- construirea în detaliu a scenelor și repetarea, repetarea și iarăși repetarea lor, până începe să se lege;

- organizarea unei mici avanpremiere, pentru prietenii actorilor-păpușari sau colegii-bibliotecari, în fața unui grup de copii de la grădiniță sau din școala primară, care să spună ce au înțeles;
- refacerea spectacolului în baza reacțiilor obținute la avanpremieră;
- prezentarea spectacolului publicului ales;
- preluarea metodei și de către alte biblioteci.

Teatrul de umbre nu necesită resurse materiale importante, orice bibliotecă poate să-l aplice. Cel mai bine e să faceți un curs de Teatru de umbre pentru un grup de utilizatori dornici de a învăța ceva nou, dvs. și ei, care, la rândul lor, ca voluntari, să-l aplice cu utilizatorii. Încă un avantaj – spectacolele rezultate pot fi prezentate în orice spații.

Se pot dezvolta proiecte de Teatru de umbre în grupuri de minim doi maxim 20 de participanți. Se pot dezvolta proiecte cu grupuri-țintă de toate vârstele. Limbajul vizual folosit ca metodă o face accesibilă și utilă grupurilor de lucru interculturale. Registrul celor care pot fi implicați în construirea de piese prin această metodă nu are limită de vârstă – de la grădiniță până la vârste venerabile. Metoda are impact, stârnind creativitatea și curiozitatea de a descoperi o cale de comunicare inedită și fascinantă. Persoanelor venite din culturi diferite această metodă le poate aduce șansa unei comunicări în care barierele lingvistice sunt atenuate de cantitatea și impactul comunicării vizuale.

Coordonatorul proiectului/serviciului educațional Teatru de umbre ar trebui să aibă experiență sau

măcar interes pentru arta teatrului de animație sau experiență și interes pentru învățare nonformală, să fie o persoană deschisă spre a experimenta, dar, totodată, să fie conștientă de responsabilitatea folosirii în procesul educativ a unei metode ce lucrează cu sufletul oamenilor, cu emoțiile și trăirile lor.

Metoda are un impact atât la nivelul celor care o experimentează, cât și asupra persoanelor din comunitate. Ar avea un impact pozitiv și asupra bibliotecilor, dacă ar implementa-o. Prin metode teatrale, prin piesele realizate am putea vedea exprimate altfel aspecte ale diferitor domenii de activitate. La fel și utilizatorii, persoanele din comunitate, își pot vedea poveștile materializate în piese teatrale proprii la BM!

În rețeaua BM, doar Biblioteca „Liviu Rebreanu” practică Teatrul de umbre. Actorii-utilizatori (copii) utilizează mai mult tehnica decupării din hârtie a personajelor poveștii. O metodă creativă care ar trebui replicată și în alte filiale.

### ANIMAȚIE STRADALĂ

Metoda are caracter participativ și experiențial, iar dacă mecanismul desfășurării acesteia este înțeles și practicat pas cu pas, va putea fi bine stăpânită. Animația stradală este o exprimare artistică care pune accentul foarte mult pe vizual pentru a reuși să transmită privitorului mesajul și emoția potrivită. Astfel, ceea ce realizează animatorul ține foarte mult de starea pe care o transmite. Creativitatea celui care performează este, de asemenea, un factor important pentru o animație de succes. Pentru ca efectul

asupra privitorului să fie cel așteptat, metoda este fundamentată pe lansarea unui ritm și pe susținerea continuității acestuia.

Metodele tradiționale scoase în stradă se transformă în Animație stradală – expoziții, ateliere creative, jocuri, târguri de produse/servicii (handmade sau de artizanat), teatralizări (eroi din cărți costumați), aplicații haioase care pun experiența participanților în clipe de voie bună, divertisment pentru copii și adolescenți, recitaluri, competiții, concursuri... Condiția e să păstreze componenta de interactivitate a activităților – esența Animației stradale.

**Noțiune:** *o formă de artă participativă ce constă în practicarea unor metode diverse de exprimare artistică care pun accentul foarte mult pe vizual și interactivitate pentru a reuși să transmită privitorului mesajul și emoția potrivită.*

**Scop:** *de a anima publicul, de a-i produce dorința de implicare și de a-i transmite anumite mesaje prin forme vizuale și emoționale.*

### **Obiective:**

- deschiderea comunității către elementele educației nonformale;
- educarea oamenilor cu privire la un subiect anume;
- oferirea posibilității oamenilor de a avea acces la anumite forme de artă;
- realizarea unei conștientizări colective a unor anumite subiecte;
- atragerea publicului prin estetic și prin aplicabilitate.

## Competențe

- învățarea unei noi metode de animație;
- reproducerea acestei metode în comunitățile lor;
- înțelegerea utilității educației nonformale și a necesității promovării și dezvoltării acesteia;
- dezvoltarea unui interes de participare mai intensă/activă la asemenea metode de animație;
- dezvoltarea responsabilității și a angajamentului personal de participare și implicare în viața comunității.

Pentru că este o metodă atât de diferită de metodele tradiționale de educație și prin intermediul căreia se poate atrage foarte ușor atenția asupra unor lucruri, metoda poate avea cu siguranță un rezultat vizibil.

## PHOTOVOICE

**Noțiune:** „PhotoVoice”, fotografie și „voice”, vocea fotografiei; metodă eficientă de influențare și sensibilizare a decidenților la nivel local sau guvernamental prin prezentarea de „fotografii vii” realizate de membrii comunității.

**Scop:** implicarea în rezolvarea problemelor comunitare alături de grupurile care nu au deprinderea de a determina introducerea pe agenda publică a problemelor lor și nici capacitatea de a se mobiliza pentru urmărirea unui interes comun.

Pentru a fi sigur că fiecare poză este înțeleasă așa cum dorește fotograful, lângă ea apare povestea, vocea fotografului care spune istoria imaginii surprinse. Mai mult decât a prezenta opinii, valori, credințe, așteptări, PhotoVoice este o metodă care conduce la conștientizarea situației chiar de către grupul de

beneficiari prin intermediul discuțiilor pe marginea fotografiilor în grupuri.

### **Obiective:**

- crearea unui cadru de comunicare, înțelegere și recunoaștere a identității grupului;
- dezvoltarea capacității „fotografilor” de a reacționa la problemele propriilor comunități;
- angajarea emoțională a comunității în rezolvarea propriilor probleme;
- determinarea unei mobilizări substanțiale în identificarea problemelor comunitare;
- încurajarea exprimării grupurilor vulnerabile, marginalizate.

### **Competențe:**

- dezvoltarea competențelor de exprimare publică, inovatoare;
- asumarea responsabilității de promovare a intereselor unor grupuri comunitare și atragerea atenției asupra problemelor;
- dezvoltarea stimei de sine a cetățenilor „fotografi”;
- dezvoltarea tehnicilor de sensibilizare și influențare.

### **FLASHMOB**

**Noțiune:** *o adunare de oameni pe foarte scurtă durată, într-un loc public, realizând o acțiune neobișnuită pentru o perioadă scurtă de timp (de obicei câteva secunde/minute), după care grupul se risipește ca și cum nimic nu s-ar fi întâmplat.*

**Scop:** *trezirea interesului față de un fenomen, o problemă socială, comunitară sau culturală prin transmiterea unui mesaj către societate, către un grup-țintă și/sau publicul larg.*

De reținut: Flashmobul nu este promovare, nu este act comercial – este un instrument social de atenționare sau de atragere a atenției asupra unui fenomen, asupra unor probleme sociale, culturale sau profesionale.

### **Obiective:**

- experimentarea sentimentului de a se simți independent de stereotipuri de comportament;
- testarea capacității proprii în efectuarea de acțiuni spontane în locuri publice;
- trăirea senzației de apartenență la o acțiune comună;
- experimentarea unor noi momente emoționale.

Flashmobul dezvoltă următoarele **Competențe:** spiritul de echipă, spontaneitatea, seriozitatea, capacitățile de planificare, conștientizarea unui anumit aspect comunitar.

Metoda este folosită în toate colțurile lumii din anul 2003 pentru a aduce conștientizarea la nivel de comunitate locală, națională și internațională. Metoda *Flashmob* s-a încetățenit și la BM – o practică mai des BC și Biblioteca „Transilvania”.

### **BIBLIOTECA VIE**

Bibliotecile, cele care cândva erau o referință a culturii, un schimb de cunoștințe și, mai presus de toate, un punct de întâlnire pentru îndrăgostiții de

cunoaștere, astăzi ocupă, cu părere de rău, un loc retrogradat în societate. Văzând o imagine a unui copil care citește, astăzi pare mai degrabă un miraj, iar progresele tehnologice au transformat bibliotecile în locuri arhaice.

Bibliotecile suferă modificări importante pe calea adaptării la noile modele sociale. Ele nu mai sunt doar un loc pentru elitele intelectuale, dar importante servicii sociale orientate spre a ajuta oamenii. Printre toate tipurile de biblioteci, putem scoate în evidență unul foarte curios numit „biblioteci umane”, unde oamenii pot fi consultați pe loc, pe post de cărți. Prima data *Biblioteca umană* a fost experimentată la inițiativa ONG-ului „Stop the Violence” în orașul Copenhaga, 2000, în cadrul Festivalului de la Roskilde. Obiectivul creării sale a fost reducerea discriminării în rândul tinerilor prin sărbătorirea diferențelor și promovarea dialogului, a toleranței, a înțelegerii față de oamenii de diferite stiluri de viață, straturi sociale sau culturi și studii.

Există o nouă modalitate a bibliotecilor de a înțelege un fapt: concentrându-se pe oameni și pe cunoașterea celor din jurul lor pot crea o lume mai bună. Sentimentele negative de neîncredere și teama de necunoscut, mai ales în vremuri pandemice, interminabile, sunt peste tot în societate. Pentru a gestiona aceste emoții, a fost concepută *Biblioteca umană*, ca o platformă pentru a încuraja dialogul între oameni, care, în condiții normale, nu ar vorbi niciodată între ei. O modalitate simplă de a arăta cum prejudecățile și stereotipurile care împiedică coeziunea socială sunt diminuate prin cunoaștere și dialog.



Funcționarea acestui tip de bibliotecă este foarte simplă: utilizatorii care o accesează și consultă catalogul de „opțiuni”, în loc să găsească cărți tradiționale, vor găsi persoane cu poveștile lor, care vor să le vorbească, să le împărtășească experiența în depășirea problemelor. În felul acesta, ei pot să stea față în față timp de o jumătate de oră pentru a asculta și a vorbi. Sunt întâlniri care fac să fie auziți și cunoscuți cetățenii care au fost excluși din comunitate din cauza stării lor sociale, economice, politice sau chiar fizice. Ei sunt oamenii care au fost expuși criticilor sau prejudecăților altor oameni; care au un anumit tip de handicap; care au fost strămutați; care au fost izolați; care au fost supuși unei situații de violență sau care au suferit de alcoolism sau dependență de droguri.

Este o idee prin care se produce o încercare a stimulării dialogului și a întâlnirilor dintre oamenii care folosesc ca legătură cărțile umane. Această *Biblioteca* te învață să „nu judeci o carte prin coperta ei”.

Deci, putem obține o idee despre tipul de „conversație cu o carte” pe care o puteți găsi – acestea sunt unele dintre titlurile care au trecut printr-o *Biblioteca umană*: *Istoria unui țigan*; *Un veteran al războiului de pe Nistru*; *Băiatul de la orfelinat*; *Fiul supraviețuitorilor din Holocaust*; *Un sportiv olimpic*; *O femeie obeză*; *O persoană deportată*; *Viața unui autist*. Cititorii „împrumută” un obez, un opresat, un bolnav HIV, un orb, un hipoacuzic, un cepeleag etc.

Alte biblioteci combină măiestrit colecția de cărți-probleme cu cărți motivaționale sau cărți

profesionale. Astfel, au o colecție de cărți cu subiecte despre diverse profesii, iar cititorii împrumută un erou, un astronom, un aviator, un magician, artist, croitor, bucătar, brutar sau pompier.

Biblioteca Municipală a practicat modelul *Biblioteca umană* (așa o numesc bibliotecile americane) sub titlul de Biblioteca vie la „Zilele Științei”. Au fost alese trei profesii științifico-creative: Cercetător științific, Critic literar și un Scriitor, care au dovedit că fiecare dintre ei este creativ și talentat. Participanții, de la două școli vocaționale și soldați înrolați în Armata Națională, au fost interesați să discute despre cine este un cercetător, ce face, din ce trăiește și de ce este importantă această profesie, ce rol are în societate, dar și ce satisfacție personală îi aduce.

De când au început să funcționeze, *Bibliotecile umane* s-au răspândit în mai mult de 50 de țări din întreaga lume. Este nevoie doar de un singur lucru: oameni dispuși să povestească și oameni care doresc să asculte.

### **Obiective:**

- atragerea atenției asupra diversității;
- stimularea dialogului între oameni;
- eliminarea unor stereotipuri și prejudecăți asupra diferitor categorii sociale confruntate cu discriminarea.

### **Competențe:**

- experimentarea creării unei punți de dialog cu cărțile vii;

- recunoașterea propriilor prejudecăți;
- cunoașterea unei noi perspective asupra oamenilor care se confruntă cu diverse stereotipuri și prejudecăți;
- educarea toleranței și a respectului pentru diversitate și față de oamenii diferiți de noi.

BM a experimentat această metodă, dar nu în scop social, ci mai degrabă în scop de cunoaștere a unor profesii despre care mulți nu știu că există și pentru ce sunt necesare. În cazul BM participanții erau cititori nepregătiți, neștiutori, necunoscători ai acestor profesii.

## JOCURI DE SOCIETATE

Jocurilor de societate li se mai zice *jocuri de masă* și *jocuri cu planșă*. Indiferent de denumirea pe care o folosim, esențial este faptul că ele sunt jucate în comunitate/societate cu scopul de a socializa, respectiv de a se distra sau a se relaxa, fiind însoțite întotdeauna de un proces reciproc de învățare.

Jocurile de societate sau jocurile cu planșă au, în primul rând, o planșă de joc ale căror reguli și mecanisme sunt centrate în jurul acestei planșe.

**Noțiune:** *jocurile de societate înseamnă o activitate competitivă între cel puțin doi jucători, bazată pe interacțiunea directă față în față, realizată într-un timp și un spațiu delimitat, fără a avea un scop extern (ca de ex., obținerea unui câștig material), ci unul intern constând în plăcerea de a juca.*

Finalitatea Jocului de societate este parcurgerea într-un timp scurt a unui traseu sau colectarea unui anumit număr de resurse, respectând un anumit set

de reguli acceptate de jucători de comun acord. Scopul jucătorilor este acela de a aduna puncte de câștig sau de a-i elimina din joc pe ceilalți (Risk, Monopoly).

Derularea jocurilor ține de folosirea zarului sau a zarurilor, de o mutare strategică sau de o acțiune de îndemânare. Jocurile de societate nu sunt jocuri de noroc, nu aduc un profit material, ci au un beneficiu clar pentru buna dispoziție și învățarea în mod plăcut și distractiv a jucătorilor. Nu sunt destinate doar copiilor.

**Scop:** *favorizarea socializării directe între participanți pentru stimularea proceselor individuale de învățare.*

#### **Obiective:**

- organizarea activităților competitive solicitate de utilizatori;
- asigurarea unui mediu generator de voie bună, relaxare, destindere și învățare;
- petrecerea timpului de calitate în bibliotecă.

#### **Competențe:**

- experimentarea comportamentelor sau emoțiilor într-un cadru simbolic, favorizant depășirii unor temeri;
- experimentarea unor roluri pe care participanții nu ar fi avut curajul să le joace în „viața reală”;
- dezvoltarea atenției și a unor tehnici de negociere;
- gestionarea unor resurse;
- dezvoltarea capacității de reacție și a dexterității;
- stimularea creativității pentru găsirea de soluții alternative.

Învățarea prin experimentare este mult mai eficientă decât învățarea ca memorare sau cea a unor conținuturi abstracte. Jucătorii pot să experimenteze diferite roluri de detectivi care încearcă să găsească indicii importante pentru prinderea unor hoți/criminali sau roluri de contrabandiști sau de șerifi, de colonizatori, de exploratori.

Jocurile de societate (așa cum cunoașteți din volumul *Activitatea ludică în biblioteci. Vademecum*), ca și alte jocuri, oricare ar fi grupul-țintă, trebuie potrivite cu obiectivele activităților organizate, fapt care reclamă și efort, și mult timp. Fiecare dintre jocurile de societate are la bază un anumit mecanism de joc, care presupune implicarea jucătorilor prin folosirea sau chiar dezvoltarea unei abilități sau a unor cunoștințe.

Toate jocurile și joaca transmit și dezvoltă anumite abilități, cunoștințe și atitudini. De exemplu, persoanele care sunt antrenate în joc (indiferent de vârsta lor) dobândesc: abilitatea de a juca împreună cu alții, dar și împotriva altora; atitudinea de a accepta, înțelege și respecta reguli; de a fi învingători, dar și a învăța să piardă cu demnitate.

Important este că jocurile permit experimentarea de a fi câștigător sau perdant într-un cadru imaginar protectiv, unde înfrângerea este mult mai ușor acceptată sau restructurată în termenii unei neșanse ce ține de reflecția „E doar un joc”.

### **Organizarea și desfășurarea:**

- deținerea sau procurarea jocurilor drept materiale de lucru;

- selecționarea și planificarea jocurilor de societate la tipul de activitate sau la obiectivul de învățare țintit; Metoda Jocurilor de societate poate fi adaptată în funcție de obiectivele de învățare;
- cunoașterea și, eventual, adaptarea regulilor la specificul activității sau al grupului-țintă de către persoanele care vor facilita desfășurarea jocurilor („animatori de jocuri”);
- testarea jocurilor sau a variantelor adaptate;
- pregătirea locului de desfășurare, a spațiului de joacă, a resurselor materiale necesare;
- alegerea jocurilor în funcție de profilul, numărul și interesele participanților/beneficiarilor. Jocurile de societate sunt extrem de variate și pot fi alese sau adaptate în funcție de:
  - vârsta grupului-țintă;
  - numărul de beneficiari;
  - funcțiile jocurilor;
  - obiectivele activității sau obiectivele de învățare;
  - importanța tematicii jocului;
  - gradul de interacțiune între participanți;
  - durata activității;
  - explicarea și monitorizarea jocurilor;
  - desfășurarea jocului propriu-zis;
  - valorizarea rezultatelor (premii, aplauze, diplome etc.).

## BROWN BAG

**Noțiune:** *metodă care adună oameni (angajați, decidenți, utilizatori) la ora prânzului pentru a face*

*schimb de informații despre subiecte de interes comun printr-o abordare distractivă și motivantă pentru schimbul de informații, discuții și învățare.*

Vremurile s-au schimbat, tehnologia a modificat procesul de învățare, însă BB a rămas și este folosită în continuare. S-au schimbat doar obiectivele urmărite la aceste activități. Angajații își împărtășesc cunoștințele. Brown Bag poate fi și o oportunitate pentru un prezentator extern care să aducă cunoștințele sau abilitățile pe care angajații doresc să le învețe în cadrul instituției. O demonstrație, o prezentare a unei vizite; diseminarea rezultatelor unor cercetări, activități, atenționări asupra unei dificultăți sau a unei soluții la probleme vechi; propuneri de idei etc. pot fi pe agenda unui BB. Ședințele ne iau timp important din agenda de lucru. La Brown Bag ar putea fi mai eficiente, din mai multe motive: prezentări scurte, materiale mai consistente, dispoziția pozitivă (nu suntem flămânzi), decizii luate cu voce bună.

**Scop:** *sporirea competențelor, cunoștințelor și abilităților de instruire într-un mediu relaxant, informal, învățând ceva nou, interesant, generând idei bune într-o ambianță confortabilă și echipă bună.*

Brown Bag-ul e o modalitate prin care biblioteca/instituția demonstrează angajamentul de a oferi un mediu de lucru și învățare, bazat pe valoare și motivare. Brown Bag-urile sunt aplicate pentru: 1) a spori învățarea angajaților cu privire la subiectele auxiliare de lucru, ajutându-i să învețe continuu; 2) a oferi un motiv informal pentru ca angajații să se adune pentru a spori munca în echipă și valorile instituționale; 3) a crește gradul de implicare și motivare

al angajaților la locul de muncă prin furnizarea de educație în orice loc comod și 4) a recunoaște că orice experiență de învățare continuă desăvârșește cunoștințele și capacitatea angajatului de a contribui la dezvoltarea serviciilor și îmbunătățirea relațiilor cu utilizatorii – motivul nostru fundamental de existență.

### **Obiective:**

- oferirea unei metode inedite de dezvoltare profesională și personală la locul de muncă;
- asigurarea unui mediu de lucru pozitiv pentru angajați;
- educarea unei echipe curioase și instruite de a genera idei bune într-o ambianță și într-o asociație bună;
- consolidarea culturii instituționale bazată pe învățare.

### **Competențe:**

- învățarea în echipă, învățarea unul de la altul;
- educarea culturii de a împărtăși colegilor expertiza, cunoștințele, impresiile, hobby-urile, talentele, informațiile pe care le dețin angajații;
- învățarea prin metode nonformale care economisesc timpul;
- educarea curajului de a prezenta colegilor ce știi mai bine;
- cunoașterea mai bună a colegilor.

Subiectele pentru ședințele BB sunt la fel de variate ca și creativitatea și imaginația angajaților BM. BB



sunt organizate de angajați cu resurse interne sau cu resurse umane externe, după cum este necesar. Ele pot include ceva la fel de simplu – un angajat care împărtășește un clip video al călătoriei sale în Grecia la IFLA (de exemplu), o vizită de studiu în Bulgaria, o participare la o conferință (Next Library), la un festival sau despre drumeții – la Orheiul Vechi, Soroca sau o vizită la o bibliotecă.

Angajații ar putea dori să afle cum să atragă la bibliotecă voluntari pentru următoarea „Provocare a verii” sau pentru servicii (dar pași concreți, nu teorie!). BB pot conține, de asemenea, ateliere de hobby-uri preferate al unor angajați. De asemenea, se poate oferi angajaților care au participat la o conferință sau la o formare șansa de a împărtăși experiența și cunoștințele acumulate celorlalți colegi. BB poate include o nouă abordare a marketingului, a promovării (folosim sau nu emoticoane/ emotigrame în mesajele instituționale?) sau cum să-i bucurăm, încântăm, surprindem pe utilizatori (continuăm sau nu Campania „Zâmbim împreună” și multe alte aspecte). Ele pot contribui la creșterea gradului de conștientizare a angajaților în ceea ce privește serviciile bibliotecii.

**Idei de subiecte pentru BB:** *Cum să vorbim așa ca oamenii să ne audă?; Tehnici de sporire a vitezei de citire; Sfaturi pentru gestionarea timpului; Cum să accelerați învățarea; Locuri distractive de vizitat în Chișinău; Aplicații de productivitate pentru diverse browsere, smartphone-uri sau Apple iPad; Sfaturi pentru managementul stresului; Sfaturi despre cum să obținem maximum de la Microsoft Windows și*

*Word; Operațiunile, funcțiile și contribuțiile oricărui departament din cadrul bibliotecii ș.a.*

Brown Bag poate fi folosită și în activitățile cu utilizatorii de servicii ai bibliotecii.

Această metodă de animație cu utilizatorii poate fi ședință de final a serviciilor. Într-o atmosferă informală, degajată, în jurul unei pizza, dezbatem reușitele sau eșecurile serviciului la care au participat. E cel mai bun debriefing sau cea mai bună ședință de colectare a feedbackului. Mai poate fi folosită această metodă și în cazul când invităm o personalitate ca să le vorbească participanților unui serviciu, unui curs, despre un subiect conex temei serviciului, urmărind economia timpului lor. Pot fi organizate și în cazul anunțului de începere a unui nou serviciu sau la prima ședință de inaugurare a serviciului pentru a dezbate cu ei tematica, a le tona așteptările, a afla preferințele lor și a crea o atmosferă de încredere etc.

Ideal ar fi ca biblioteca să asigure acest prânz simbolic Brown Bag pentru necesitățile de instruire ca o oportunitate de a arăta atât angajaților, cât și utilizatorilor că ne interesează calitatea vieții lor, că îi asigurăm să economisim pe cât posibil timpul lor în procesele de formare și învățare continuă și că, în cazul utilizatorilor, biblioteca este prietenoasă. Brown Bag-urile sunt distractive și cu mare randament! (economie de timp și îmbinarea lanch-ului cu învățarea sau rezolvarea unor probleme). BM a utilizat metoda la diverse întâlniri restrânse, cu 10-12 persoane. Secția studii și cercetări în colaborare cu CNEPB a practicat această metodă în procesul

de formare (2018), a fost eficientă la debriefinguri sau rebriefinguri, la Follow-up-uri și Wrap-up-uri; a fost adeseori utilizată la ședințele clubului „Chindii profesionale” (20-25 persoane).

Similară BB este altă metodă, numită Science Branch, practică la „Zilele Științei” 2017.

## EXPOZIȚIE VIE

**Noțiune:** *o metodă activă care promovează dialogul dintre un grup preocupat de o problemă specifică și membrii unei comunități, prin manifestări creative în spațiul public (străzi, parcuri, piețe publice, mall-uri).*

Inițiatorii Expoziției vie aleg suportul (ex., corpul uman, articole de îmbrăcăminte personalizate etc.), tehnica și modul de exprimare (desen, pictură, caricatură, fotografie etc.) potrivite pentru a transmite publicului un mesaj concret, coerent, susținut vizual printr-o prezentare creativă și interactivă.

În Expoziția vie, spațiul public devine o „galerie” deschisă, unde „exponatele” (inițiatorii acțiunii) prind viață, interacționând cu „vizitatorii” (membrii comunității) cu scopul de a transmite un mesaj de interes pentru comunitate. Membrii comunității pot deveni ei înșiși „exponate” în „galerie”, atâta timp cât nu deviază de la mesajul inițial al activității.

**Scop:** *angajarea activă a comunității în dezvoltarea și/sau dezbaterrea unui mesaj sau a unei probleme sesizate.*

### Obiective:

- să sensibilizăm comunitatea cu privire la o problemă care o vizează în mod direct;

- să informăm comunitatea cu privire la diverse teme regăsite pe agenda publică a cetățenilor;
- să încurajăm atitudini pozitive în comunitate și/sau schimbări de comportamente;
- să susținem un proces/proiect de advocacy;
- să promovăm și/sau să conservăm elemente (inter)culturale.

Expoziția vie este construită astfel încât să fie informativă, educativă, dar mai ales să ofere o experiență interactivă de învățare tuturor celor implicați în proces.

Varianta Nonformalilor are conotație profund socială și este comunitar centrată. În contextul Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă, biblioteca, actor comunitar important (în definiția UNESCO), ar trebui să se orienteze spre aplicarea acestei metode social-comunitare. BM a preluat ideea, dar a utilizat-o ca prezentare de carte în scopul promovării lecturii. Lectura la fel e o problemă, una social-culturală și poate ar fi bine să trecem de la promovare la atenționarea și influențarea comunității.

## MASH-UP

„Unele dintre cele mai mari oportunități de inovare pot veni din combinarea resurselor proprii organizației cu competențele și bunurile altor companii, pentru a produce soluții radical noi pentru utilizatori” (citată de pe un semn de carte, marca *Colocvii de vară BM*, 2019). În această direcție s-a lucrat în cadrul Colocviilor de vară din 2019. Unul dintre grupuri autointitulat *Inovația* a căutat viitorul prin utilizarea metodei Mash-up.

Termenul *mash-up* provine din argou, ca o descriere pentru ceva sau cineva care nu funcționează așa cum trebuie.

**Noțiune:** *o metoda care provoacă, incită, implică și personalizează creativ participarea activă a tuturor în procesul de căutare a ideilor bune prin combinație, vizualizare, generare, agregare și triere a lor prin îngustarea (trecerea prin pâlnie) soluțiilor compatibile cu interesul, subiectul și scopul propus.*

**Scop:** *provocarea bibliotecarilor/utilizatorilor să participe activ și creativ la găsirea soluțiilor optime pentru o problemă dată.*

### **Obiective:**

- crearea condițiilor și a spațiului propice pentru muncă creativă;
- implicarea tuturor în procesul generării ideilor;
- stimularea găsirii soluțiilor inovative la problema de rezolvat;
- încurajarea participanților să evalueze ideile, soluțiile identificate;
- motivarea participanților să conștientizeze compatibilitatea soluțiilor găsite cu problema/subiectul dat;
- rezolvarea în comun a unor probleme instituționale, sociale sau culturale.

### **Aplicarea în practică a acestei metode urmează patru pași:**

Pasul 1. Cadru – articularea provocării cu o declarație „Cum putem”;

Pasul 2. Îngustare – sunt alese câteva categorii pe care se lucrează; sunt identificate modele, idei de la companii inovatoare sau chiar de pe mapamond, din alte domenii decât biblioteconomic, se iese din tiparele gândirii domeniului nostru;

Pasul 3. Generare – alegând pe rând câte o categorie, sunt generate idei inovative din alte domenii pe care le croim pe necesitățile bibliotecii noastre;

Pasul 4. Talmeș-balmeș (MASH-UP în traducerea noastră) – sunt combinate toate ideile de la fiecare categorie, rând pe rând, valabile pentru a crea în cadrul BM produse, servicii inovative sau experiențe noi.

Această metodă de animație dezvoltă următoarele **competențe**:

- generarea ideilor noi la cerere, la comandă, în funcție de cadru și necesitate;
- conștientizarea contribuției proprii la o cauză comună;
- colaborarea în procesul identificării oportunităților de inovare, de generare a ideilor și acțiunilor concrete;
- stimularea creativității și învățarea de la cei din grup/echipă.

Mash-up are nevoie de un facilitator care setează categoriile, moderează discuțiile, întreține dialogul și de un asistent care incită participanții la discuții, la lansarea ideilor creative, inovative; contabilizează ideile generate, le atribuie categoriilor stabilite, le reformulează și le cizelează de comun acord cu participanții și facilitatorul.

În cadrul Colocviilor BM 2019, a fost practică această metodă în grupul „Inovație” autointitulat „Columbiana 5+”. Ne-am convins că această metodă te motivează să lucrezi intensiv, e o metodă care te inspiră și te provoacă, care dezvoltă și generează idei, abordând exercițiul ca pe o minirevoluție de anticipare a viitorului și de planificare a activităților inovative; o metodă creativă care evită epuizarea și sporește energia de generare a ideilor.

Bibliografia vie, Expoziția vie, Mash-up sunt metode distincte, organizate separat, dar pot fi și parte a altor forme mai complexe, precum Conferințele, NEconferințele, Colocviile, Târgurile și alte.

Bibliografia vie, Expoziția vie pot fi și parte a Animației stradale.

---

## ACORD FINAL

---

Fiecare dintre noi a experimentat, adeseori, starea în care simțim că ne plictisește un discurs, o prezentare, un eveniment, dar dacă noi suntem și prezentatorii, simțim că vorbim *în gol* sau *cu pereții*. Sunt situații reale pe care le întâlnim zi de zi în experiența noastră de bibliotecari, traineri, mentori, consultanți.

Timpul este mai grăbit, viteza cu care receptăm sau așteptăm să se întâmple lucrurile a crescut. Căutăm esențe scurte, surprize, fapte interesante, povești captivante, cât mai vizuale și haioase. Noi, bibliotecarii, conștientizăm că „fereastra de atenție” a celor ce ne ascultă sau comunică cu noi a devenit foarte mică. Pe fiecare dintre noi ne preocupă întrebările: cum să ofer un eveniment, să fac o prezentare, să livrez o comunicare, astfel încât să fie incitantă și scurtă, atractivă și la obiect, surprinzătoare și să producă, totodată, învățarea și schimbarea pe care o dorim?

Nu surprind pe nimeni spunând că acum, mai mult ca niciodată, timpul consumat și rezultatele obținute depind de eficiența în comunicare și de doza formelor și metodelor noi de animație a ofertei noastre evenimentiale.

Suntem în contact cu sute de utilizatori și mereu ne întrebăm care sunt cele mai noi și de impact forme și metode de activitate cu publicul, cele mai



eficiente procedee de comunicare. Utilizatorii și noi, bibliotecarii, suntem în aceeași barcă, suntem într-o permanentă căutare – ei, de evenimente cu răsunet; noi, de cum să satisfacem așteptările lor și să-i ținem aproape. Idei sunt multe, forme și metode apar ca ciupercile după ploaie în toate domeniile. Dar practica este cea care le validează.

Până ne adaptăm la nou, observăm la orizont încă un aspect care vine cu viteză spre noi: nevoile publicului sunt într-o continuă schimbare. Publicul nostru actual, crescut într-o lume vizuală, creativă, colorată, asta așteaptă de la noi – activități pline de culoare, vizuale, creative, laconice. El ne va urma dacă vom fi în stare să-l inspirăm, să-i prezentăm opțiunile (oferta), care îl invită să aleagă și care mai apoi îi arată cum putem face. Avem experiența Programului „Provocarea verii”, care a fost gândită și realizată pe acest model. Ne-am întrebat vreodată de ce a fost atât de eficientă?

Această încercare de a sistematiza într-un volum formele cele mai răspândite și familiare bibliotecarilor, dar într-o abordare mai diferită, modernă, vine ca o resursă pentru cei care vor să deprindă metode noi sau vechi, adaptate vremurilor și noilor generații. Cartea oferă un conținut focalizat pe rezultat și eficiență. Astăzi nu mai trebuie să facem servicii, programe, evenimente pentru bifă (utilizatorii noștri au un radar extrasensibil și le detectează instant), pentru director, pentru Direcția cultură, pentru primărie, pentru că ne interesează pe noi, pentru că am planificat etc. Oferim servicii, programe și evenimente pentru utilizatorii noștri și ne concentrăm pe

modul în care realizăm conectarea cu ei, dacă dorim să-i avem aproape.

O caracteristică a acestui volum este simplitatea. Este simplu, dar nu simplist. E bazat pe o muncă de sinteză a metodelor de animație, pe o sinteză dintre tradițional și nou, pe o sinteză de reinventare, readaptare și însuflețire a metodelor utilizate anterior.

Cartea mai aduce și o nouă abordare a animației – din orice metodă, formă, eveniment, utilizatorul trebuie să învețe ceva, să obțină ceva - competențe și satisfacție. Din acest motiv pentru fiecare metodă, formă, activitate de animație au fost elaborate **scopuri** (pentru ce organizăm un eveniment?), **obiective** de realizare (ce urmărim să obținem sau să oferim) și **competențe** (ce trebuie să obțină utilizatorul). Dar nu numai în aceasta constă utilitatea acestei lucrări. Oferă **repere de organizare** (deși poate bibliotecarii le cunosc, dar sunt actualizate) și **repere de metodologie a desfășurării**, iarăși bazate pe o muncă de sinteză și de readaptare.

Ne-am propus să fie un auxiliar autentic, ușor de citit și de asimilat, din care cineva va învăța, cineva va adapta conținutul la propriul stil (excelent!), cineva va aplica exact ca în lucrare (foarte bine!), cineva va vedea eficiență și rezultate în activitate (foarte bine!). Auxiliarul nu este expres un *call to action*, este un *call to learn* – oricare ar fi reacția sau acțiunea dvs. – veți deprinde niște abilități-cheie pentru viitor.

Închei cu un citat din Adrian Paraschiv (Agile Knowledge Transfer Company), pe care l-am mai folosit în cadrul atelierelor de instruire: „În contextul

în care totul se schimbă în jurul nostru cu o viteză uluitoare, doar una dintre competențe se dezvoltă singură, fără niciun efort. Această competență se numește „incompetența”. Celelalte se dezvoltă cu efort: autoobservare, căutare continuă, preocupare pentru învățare și, evident, implementarea celor învățate... *pas cu pas*”.

În două cuvinte, lucrarea este pentru *învățare și schimbare*.

---

## MULȚUMIRI

---

Profundă recunoștință directorului general dr. Mariana Harjevschi pentru încurajarea și susținerea editării proiectului de cercetare și pentru coordonarea și prefațarea acestui volum.

Adâncă stimă și mulțumiri Genovevei Scobioală – a fost foarte generoasă la idei, foarte tolerantă cu revizuirile și revendicările de câteva ori ale textului. A fost mai mult decât lector, decât redactor, a fost colega căreia îi păsa de calitatea manuscrisului – zicea: noi trebuie să facem o lucrare bună. Noi nu însemna eu cu ea sau ea cu mine – însemna Biblioteca Municipală pentru care a dovedit o remarcabilă conștiinciozitate. A pus la bătaie legendarul său profesionalism cântărind fiecare cuvânt, virgulă, punct, sens. Dezbaterile nocturne sau matinale pe marginea manuscrisului se lungeau până când Orange ne deconecta. Nu a fost o simplă redacție, a fost un autentic laborator și o adevărată dezbateri profesională.

Am avut norocul să mă bizui pe profesionalismul Elenei Cebotari în localizarea surselor pe care nu le aveam în biblioteca proprie și livrarea lor acasă sau la birou. Mari mulțumiri pentru toate drumurile și desagile cu cărți. La fel și pentru localizarea și selecția materialelor vizuale.

Exprim mulțumiri speciale Mariei Pilchin care a citit versiunea timpurie (doi ani în urmă) a acestui

manuscris. Sugestiile ei mi-au fost de mare ajutor în definitivarea conceptului și a titlului: cuvântul *interactivă* din titlu e al ei.

Mulțumiri aduc și dr. hab. Elena Ungureanu pentru prima lectură-redactare a manuscrisului. Cuvinte de mulțumire adresez domnului Ion Vârlan pentru promptitudinea machetării manuscrisului în două zile și domnului Valeriu Herța pentru designul inspirat al copertei.

În ultimul rând, dar nu pentru că sunteți mai puțin importanți, vă mulțumesc vouă, bibliotecarilor-cititori ai acestui volum (mai ales dacă ați ajuns până aici). Răspundeți instant provocărilor cu o mentalitate axată pe inovare. Această carte vă este dedicată.





---

## INDEX DE FORME ȘI METODE DE ANIMAȚIE

---

- Animație stradală 274
- Atelier de creație (de creație literară, scriere creativă, dans, pictură etc.) 133, 166
- Atelier de lectură 130
- Atelier de scriere creativă 133, 135
- Bibliodădaca 172
- Bibliografie 94
- Biblioteca vie 278
- Programe de lectură 134
- „Biblioteca vine la tine cu prieteni” 108
- „Chișinăul citește” 136
- „Lecturi cu voce tare” 145
- „Ora de lectură” 127
- „Ora poveștilor” 130
- „Să reuzim povestea” 146
- „Voi stați acasă, noi povestim” 144
- „Vreau să-mi citești” 135
- BiblioTur 162
- Booktrailer 118
- Brown bag 285
- Cafenea publică 87
- Campanie 229
- Campania de atragere și de fidelizare a utilizatorilor 236
  - Campania de comunicare a științei 231
  - Campania de promovare „Săptămâna Creativității și Inovației” 225



- Cenaclu literar 131  
CityQuest 185  
Club pe interese (literar, artistic, istoric, poetic etc.)  
149  
Colocviu 61  
Concurs (erudiție, literare, caligrafie, robotică, coding, benzi desenate, cărți poștale) 152-155  
Concurs „Bătălia cărților” 155  
Conferință 43  
Conferință de presă 57  
Conferință literară 100  
Conferință publică 48  
Conferință-poster 50  
Debate 86, 251  
Dezbatere 86  
Expoziție de artă (pictură, foto, cărți poștale, timbre, numismatică, artizanat, floristică, produse meșteșugărești) 216, 226  
Expoziție de carte 216  
Expoziție vie 218, 290  
Festival 170  
Flashmob 277  
Hackathon 77  
Ignite 68  
Întâlnire cu scriitorii 103  
Jocuri de societate 282  
Laborator nonformal 241  
Lansare de carte 109  
Lecturi aperitive 321  
LiteraTur 184  
Masă rotundă 84  
Mash-up 291

- Medalion literar (artistic, musical) 124  
Neconferință 54  
Noaptea lecturii 160  
Open Space 63  
Origami decorativ 257  
Origami joc 259  
Origami poveste 258  
Origami STEAM 257  
Origami Teatru 255  
Origami terapie 258  
PhotoVoice 276  
Playback theater 269  
Prezentare de carte 113  
ProAction Café 250  
Program Connect Plus 195  
Programe de lectură 134  
    Biblioteca vine la tine cu prieteni 108  
    Chișinăul citește 136  
    Lecturi cu voce tare 145  
    Ora de lectură 127  
    Ora poveștilor 130  
    Să reuзим povestea 146  
    Voi stați acasă, noi povestim 144  
    Vreau să-mi citești 135  
Program estival „Provocarea verii” 168  
Puzzle Maraton 71  
Revistă bibliografică 206  
Seară artistică, muzicală, de creație, de dans 152  
Seară literară 121  
Simpozion 38  
Spectacol/teatru 161  
Storycollecting 248

- Storytelling 244  
Storytelling digital 249  
Storytelling proiectiv 249  
Șezătoare literară 158  
Tabără 135  
Talcioc 31  
Teatru de improvizație 264  
Teatru de lectură 26  
Teatru de păpuși 163  
Teatru de umbre 270  
Teatru Forum 259  
Teatru labirint 266  
VeloTur 184  
Zi de informare 196  
Zilele bibliotecii 173  
Zilele Chișinăului 178  
Zilele Educației Nonformale 255  
Zilele ușilor deschise 173  
Ziua bibliografiei 208

---

## LISTĂ DE COMPETENȚE

---

- acceptarea feedbackului constructiv sau critic 82
- adaptarea discursului în funcție de subiect și public 70, 87
- afilierea și apartenența la un grup 76
- alegerea cărților pentru lectură bazată pe booktrailing 118
- analizarea problemelor controversate 87
- apărarea unei poziții 86
- aplicarea metodelor nonformale de învățare 241
- aplicarea STEAM 168
- aprecierea calității produsului finit raportat la proiectul inițial 154
- ascultarea active, ascultarea și povestirea 245
- asigurarea coerenței unei povești nestructurate 245
- atenționarea asupra unor realități sociale 305
- atitudinea de implicare și responsabilitate socială 305
- atitudinea pro-schimbare 241
- atitudinea proprie pe marginea unei probleme 87
- atragerea atenției asupra problemelor comunitare, profesionale, etnice sau de discriminare 306
- autocunoașterea și recunoașterea personală ca vorbitor public 70

- capacitatea de a face față provocărilor, de a juca pe scenă în fața publicului, de a ieși din zona de confort 263
- capacitatea de a se adapta la diferite situații – a învăța din transpunerea directă în situații care sunt realiste 263
- capacitatea de planificare 306: de practicare a educației nonformale 239; de prototipare 306
- căpătarea echilibrului interior și a dorinței de recuperare 306
- caracterizarea personajelor pozitive și negative dintr-o poveste sau alt gen literar 306
- căutarea informației după diverse criterii în catalogul și colecția BM 306
- codarea unor povești 306
- colaborarea în procesul identificării oportunităților de inovare 82
- comunicarea în public cu personalități literare (scriitori, critici literari, traducători, editori, graficieni/ilustratori de carte) 101
- comunicarea literară colectivă 101
- comunicarea prin schimb de opinii 38, 63, 65, 85, 87
- comunicarea și socializarea prin expoziții cu artiștii plastici 226
- concentrarea pe spontaneitate și autenticitate 270
- concentrarea, coordonarea mână – ochi 256
- concizia și claritatea în exprimare 68, 253
- conectarea, relaționarea (curente literare, artistice, echipe, oameni) 101

- consolidarea relațiilor cu cei din jur 265 (68, 71, 81, 225)
- construirea și transmiterea unui mesaj cu substanță, stil și impact 68
- conștientizarea atitudinilor proprii față de subiectul discutat 38, 65, 87
- conștientizarea capacității de a scrie 133
- conștientizarea simplității și valorii muncii de echipă 185
- conștientizarea și schimbarea percepției asupra bibliotecii 220
- conștientizarea și sensibilizarea corpului, pregătindu-l pentru noi descoperiri 166, 270
- conștientizarea unui anumit aspect comunitar 87, 278
- cooperarea și coordonarea 225, 231, 236,
- crearea de produse proprii 133
- crearea obiectelor cu mâinile proprii 133
- crearea roboților 195
- crearea unei povești digitale 195
- creșterea nivelului de înțelegere și toleranță a publicului larg față de excluziunea socială 264
- cultivarea abilităților de improvizație 265
- cunoașterea domeniului artei plastice 228
- cunoașterea metodologiei unei forme/metode inedite de animație 76, 82, 85
- cunoașterea oamenilor experți într-o temă și a colegilor care au ceva de spus pe marginea subiectului disputat 87
- cunoașterea oamenilor notorii, cu contribuții substanțiale în domeniul literar, artistic, cultural, științific

- cunoașterea unui nou subiect de interes personal 45, 82, 101, 104
- deblocarea propriilor resorturi creative 76
- demonstrarea rezultatelor tangibile 82
- demonstrarea, asamblarea și construirea unui obiect 133, 195
- descoperirea limitelor comunicării vizuale ale unor idei sau situații 271
- dexteritatea și motricitatea fină 165
- dezbateră diverselor teme comunitare/profesionale 86, 48
- dezvoltarea abilităților de a scrie 133
- dezvoltarea abilităților de cooperare și de coordonare 271
- dezvoltarea abilităților de evaluare a scrisului propriu și al altor colegi 133
- dezvoltarea abilităților de acceptare a feedbackului constructiv sau critic 133
- dezvoltarea atitudinii participative a publicului în situațiile de discriminare și opresiune 264
- dezvoltarea atitudinii proactive și de participare socială a publicului spectator 264
- dezvoltarea empatiei publicului față de situația unor grupuri sociale 264
- dezvoltarea gândirii pozitive, obținerea încrederii în sine 265
- dezvoltarea imaginației, creativității, spontaneității 241
- dezvoltarea pasiunii pentru teatru și actorie ca profesie 163
- dezvoltarea personală prin exemple 138
- dezvoltarea personală prin lectură 133

- dezvoltarea resurselor proprii (inventivitatea, creativitatea, improvizația, talentul și dorința de nou și inedit) 76, 82
- dezvoltarea sentimentului de apartenență comunitară 138
- dezvoltarea spiritului competitiv 82
- dezvoltarea spiritului de echipă 55, 82, 278
- dezvoltarea spontaneității, imaginației, intuiției și flexibilității 265
- dezvoltarea tehnicilor de sensibilizare și influențare 277
- dezvoltarea unui mod complex de a gândi și de a observa realitatea 271
- dezvoltarea unui sistem propriu de luare a deciziilor de lectură 119
- dialogarea civilizată asupra unui subiect 51, 63, 65, 87
- dialogarea cu autorul, editorul, graficianul, criticul prezent la evenimente
- dialogarea cu exponatele vii, cu cartea vie 95
- dialogarea cu un expert 85, 87
- dobândirea siguranței în comunicare publică 70, 82, 87, 88
- educarea culturii alegerii cărților pentru lectură pe criterii de valoare 101
- educarea curajului de a critica 87
- educarea curajului de a se implica în discuții 48, 85, 87,
- educarea dragostei față de arta populară 158
- educarea gândirii pozitive 87, 170
- educarea muncii coroborative 54, 81, 82,
- educarea obiceiului de recreere prin artă 158



- educarea sentimentului civic prin participarea la o inițiativă comunitară 138
- educarea stimei de sine cetățenilor 138
- educarea toleranței față de diversitatea opiniilor 45, 85, 87
- educarea toleranței și a respectului față de oamenii diferiți de noi 87
- educarea unei culturi a informării prin noutățile editoriale 115, 202, 207
- educarea unei culturi literare prin cunoașterea scriitorilor, a literaturii, a fenomenelor literare și a evenimentelor BM 101
- educația civică 87
- elaborarea propriei cărți/ reviste/ ziar 195
- elaborarea unui dosar de presă 60
- elaborarea unui poster 51
- emiterea judecăților folosind criteriile obiective 87
- evaluarea produselor, prezentărilor, răspunsurilor colegilor 48, 54, 71, 81
- experimentarea comportamentelor sau emoțiilor într-un cadru simbolic 82, 283
- experimentarea creării unei punți de dialog cu cărțile vii 95, 282
- experimentarea implicării prin lecturi, prin punerea în scenă, exprimarea grafică, vizuală a unui fragment dintr-o operă 161
- experimentarea participării la o activitate în format inedit și interactiv 82, 87, 95
- experimentarea personală a unui eveniment-sărbătoare 103, 122

- experimentarea posibilității de a fi exponat viu prin implicare, discuții și întrebări adresate autorului, criticului 95
- experimentarea rolului de purtător de cuvânt al grupului 55, 88
- experimentarea sentimentului de satisfacție și succes personal 55, 70
- experimentarea unei activități de animație organizate pe principiul de liberalizare și autoorganizare 71, 81, 225,
- experimentarea unor emoții estetice 226
- experimentarea unor roluri pe care participanții nu ar fi avut curajul să le joace în „viața reală” 283
- experimentarea unui eveniment interactiv cu libertatea de migrare (încotro vrea, cât vrea, când vrea) 70, 81, 87, 88
- explorarea intereselor, hobby-urilor în comun cu alți oameni 149, 58
- exprimarea fără teamă a propriilor opinii 70, 85, 87, 88
- exprimarea pe marginea operei literare 100
- exprimarea publică în mod inovator 88, 253
- expunerea unui subiect prin metode noi, inovative 118
- extinderea orizontului de cunoaștere a unui subiect, eveniment, a unei personalități 115
- dezvoltarea flexibilității gândirii în afara cutiei 168
- dezvoltarea flexibilității mentale 70
- folosirea argumentelor bazate pe dovezi, nu pe simple opinii 48, 86

- formarea conștiinței că BM e biblioteca stimulatorie de lectură, de dezvoltare și frumos
- formarea conștiinței de sine ca participant la CC 138
- formarea propriilor opinii asupra creației scriitorilor evocați 104, 110, 122
- formarea propriilor opinii asupra unei cărți 109
- formarea unei atitudini de implicare și responsabilitate social 272
- formarea unei opinii proprii asupra evenimentului de lansare a unui produs sau a unei cărți 138, 152
- gândirea creativă 88, 154
- gândirea critică 63, 65, 101, 168
- generarea ideilor la comandă 63, 65
- implicarea și motivarea la locul de muncă prin învățare 287
- implicarea și participarea personală la o cauză comună 138
- interiorizarea și personalizarea expunerilor, datelor comunicate 38
- interpretarea rolurilor de moderator, facilitator, analist, conector, reacționist, conciliator, inițiator de conversații, de gazdă etc. 63,65, 81, 87, 88
- interpretarea unor roluri principale 159
- interpretarea, ținuta scenică, dicția, mânuirea păpușilor 162
- împărtășirea impresiilor de lectură 109
- încadrarea activă în schimbul comun de opinii 38, 87
- înscenarea unei povești 163

- înțelegerea mai bună a provocărilor de înfruntat 70
- înțelegerea situației actuale prin oglindire 270
- înțelegerea și interpretarea textelor citite 127, 130, 133
- înțelegerea, stăpânirea și transmiterea unui tip de comunicare alternativă 88, 271
- învățarea angajaților să învețe continuu 88
- învățarea discuției și dialogului civilizată 51, 87
- învățarea interactivă 88
- învățarea prin artă, prin experiment, prin jocuri, prin lecture 226
- învățarea prin observație de a dialoga în cadrul unui eveniment 51, 63, 82, 87
- învățarea rapidă prin cunoașterea unor aspecte de interes cultural, literar, profesional
- învățarea unei metode inedite de expunere 43, 78, 109, 163
- învățarea unei metode pe care participanții o pot replica 82, 87, 88, 95
- învățarea unei noi metode de animație 82, 88, 95
- învățarea unul de la altul 82, 88, 287
- învățarea, prin participare, a unei noi metode de rezolvare a problemelor sau de dezbateră a unui subiect 88, 287
- învățarea, prin utilizare, a organizării unei expoziții 217
- învingerea timidității, dezvoltarea abilităților de a vorbi în public 51, 68, 87
- dezvoltarea abilităților de lectură sinoptică 128

- legarea unui context imaginar de unul real 245
- modelarea pozitivă a spiritului de echipă 272
- obținerea imaginii nedistorsionate asupra unui subiect 45
- oferirea feedbackului, oferirea feedbackului la minut 76, 82, 87
- organizarea propriilor lansări 109
- orientarea în colecția BM, în organizarea cunoașterii 202
- orientarea/educarea gândirii de a lucra sistemic 138
- orientarea în procesul literar 104
- orientarea în spațiul informațional 202
- orientarea și vizibilitatea în spațiu 256
- participarea la o competiție 152
- perfecționarea stilului de prezentare într-o apariție publică 104
- polemizarea pe teme literare 104
- prezentarea unei cărți în noi moduri, atractive și emoționale 109, 118
- promovarea animată a unui produs, a unei cercetări 95
- promovarea produsului propriu în timpul unor evenimente 51, 82
- promovarea, evaluarea și prezentarea unei cărți 113
- punerea în scenă a unei povești-oglină a vieții sau a unei situații reale 265
- recunoașterea manierei de scriere a unui scriitor 100, 1103, 122
- recunoașterea propriilor prejudecăți 87

- recunoașterea scriitorilor contemporani și clasici 101
- recunoașterea valorii colecției BM 115
- regăsirea informațiilor calitative la subiectele căutate 207
- relaționarea personalizată prin apropierea de public și implicarea lui în discutarea subiectului 87, 88
- reproducerea personalizată a evenimentului în activitatea sa 87
- reproducerea unei metode de animație în comunitate 87
- rezonabilitate în afirmarea unei opinii având o documentare prealabilă 87
- satisfacerea așteptărilor de nou, de elemente surpriză și de încântare/mirare 82
- schimbarea de opinii cu participanții pe subiectul conferinței, dezbaterii etc. 48, 87
- schimbarea perspectivei asupra oamenilor care se confruntă cu diverse stereotipuri și prejudecăți 87
- scrierea creativă
- scrierea medalioanelor literare 124
- scrierea unei pledoarii în favoarea cărții preferate 152
- scrierea unei povești 133
- sensibilizează față de formele de discriminare cu risc de excluziune social 264
- sensibilizarea și influențarea față de valori literare sau probleme comunitare 104, 138
- sintetizarea, sistematizarea, selectarea, evaluarea celor ascultate/prezentate 63, 65, 82, 87

- sporirea vitezei de citire și depășirea lecturii sub-vocalizate 128
- stimularea creativității și învățarea de la cei din grup/echipă 287
- tolerarea opiniilor adverse, opiniile altora 87, 252, 253
- transferarea unui text în limbaj vizual 271
- utilizarea eficientă a relației dintre participanți 63
- utilizarea tehnologiei pentru a-și promova și vinde lucrările 165
- utilizarea/aplicarea diverselor forme de animație experimentate la BM 63
- vorbirea prin mișcare, vorbirea/comunicarea față-n-față 51

---

**REFERINȚE BIBLIOGRAFICE**

---

1. BALOTĂ, Nicolae. *Arta lecturii*. București: Editura Cartea Românească, 1978. 439 p.
2. BENARTZI, Shlomo. *Interfețe inteligente. Modalități surprinzătoare de a influența comportamentul din mediul online*. Trad. de Emilia VASILIU. București: Publica, 2016. 282 p. ISBN 978-606-722-199-2.
3. BLAKEMORE, Sarah-Jayne. *Cum să te reinventezi*. Trad. de Cristina RUSU. București: Publica, 2019. 293 p. ISBN 978-606-722-337-8.
4. BOCK, Laszlo. *Work Rules!: Informații din interiorul Google, care vor schimba modul în care trăiți și lucrați*. Trad. de Raluca CHIFU. București: Publica, 2017. 496 p. ISBN 978-606-722-238-8.
5. BRAD, Traian. *Lectura și biblioteca publică la Cluj*. Cluj-Napoca: Casa Cărții de Știință, 2001. 400 p. ISBN 973-686-229-1.
6. BULUȚĂ, Gheorghe, CRAIA, Sultana, PETRESCU, Victor. Animația – un ansamblu de activități comunicative. In: BULUȚĂ, Gheorghe, CRAIA, Sultana, PETRESCU, Victor. *Biblioteca azi: Informare și comunicare*. Târgoviște: Editura Bibliotheca, 1998, pp. 69-83;
7. BULUȚĂ, Gheorghe. Animația culturală în biblioteca publică. București: Centrul de Pregătire



- și Formare a Personalului din Instituțiile de Cultură, 1998, 78 p. (Caietele bibliotecarului).
8. CĂLINESCU, Matei. *A citi, a reciti: Către o poetică a (re)lecturii*. Trad. din engl. de Virgil STANCIU. Iași: Polirom, 2003. 408 p. ISBN 973-681-175-1.
  9. CERNAT, Inga. Animația culturală în bibliotecă – abordări conceptuale [online] [citată 14.04.2021]. Disponibil: [https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag\\_file/24-27\\_47.pdf](https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/24-27_47.pdf)
  10. CHRISTENSEN, Clayton M., HALL, Taddy, DILLON, Karen, DUNCAN, David S. *În competiție cu norocul: Povestea inovării și a deciziei clientului*. Trad. de Smaranda NISTOR. București: Publica, 2017. 337 p. ISBN 978-606-722-243-2.
  11. CNAPP, Jake, ZERATSKY, John, KOWITZ, Braden. *Sprint: cum să rezolvi probleme importante și să testezi idei noi*. Trad. de Raluca CHIFU. București: Publica, 2017. 298 p. ISBN 978-606-722-235-7.
  12. COSTEA, Octavia. *Didactica lecturii. O abordare funcțională*. Iași: Institutul European, 2006. 182 p. ISBN 973-611-403-1.
  13. COYLE, Daniel. *Micul ghid al talentului: 52 de ponturi pentru îmbunătățirea abilităților*. Trad. din engl. de Ianina MARINESCU. București: Publica, 2019. 153 p. ISBN 978-606-722-364-4.
  14. CRUDU, Dumitru. *Jurnalul bibliotecarului*. Chișinău: Grafema Libris, 2013. 83 p. ISBN 978-9975-4465-0-1.

15. DENNING, Stephen. *Arta povestirii în afaceri: un ghid pentru lideri*. Trad. de Ovidiu DAJBOG-MIRON, Florin TUDOSE. București: Publica, 2011. 469 p. ISBN 978-973-1931-85-2.
16. EAGLEMAN, David, BRANDT, Anthony. *Specia rebelă. Despre creativitatea oamenilor și despre modul în care ea schimbă lumea*. București: Humanitas, 2020. 315 p. ISBN 978-973-50-6932-2.
17. GODIN, Seth. *Asta înseamnă marketing: nu poți să fii văzut, până când nu înveți să vezi*. Trad. din engl. de Rodica CHIFU. București: Publica, 2019. 268 p. ISBN 978-606-722-549-9.
18. HEATH, Chip, HEATH, Dan. *Idei cu lipici: De ce unele idei supraviețuiesc, iar altele pier*. Trad. de Dana DOBRE. București: ACT și Politon, 2018. 348 p. ISBN 978-606-913-397-2.
19. HOPKINS, Claude C. *Viața mea în publicitate. Publicitate științifică*. Trad. de Ioana ROTARU. București: Publica, 2015. 269 p. ISBN 978-606-732-033-9.
20. KULIKOVSKI, Lidia. *Ludicul în activitatea bibliotecii publice: Vademecum pentru bibliotecari*. Chișinău: Garomont-Studio, 2020. 210 p. ISBN 978-9975-3450-3-2.
21. *Misiune dificilă: Cum îi ajutam pe cei mici să descopere pasiunea pentru LECTURĂ, într-o lume plină de alte tentații pentru ei* [online] [citât 14.05.2021]. Disponibil: <https://tinyurl.com/jan6se87>

22. MOLDOVEANU, Maria. Biblioteca și animația culturală. In: *Biblioteca*. 2000, nr. 6, pp. 178-179. ISSN 2668-618X.
23. MOLDOVEANU, Maria. Managementul culturii rurale (IV). Concepție și organizare. In: *Biblioteca*. 2000, nr. 4, pp. 108-109. ISSN 2668-618X.
24. NOSSEL, Murray. *Powered by storytelling. Cum să extragi, să construiești și să prezinți povești*. Trad. de Emilia VASILIU și Raluca CHIFU. București: Publica, 2018. 200 p. ISBN 978-606-722-297-5.
25. RAO, Srinivas. *Inconfundabil: De ce este mai bine să fi inconfundabil în loc să fii mai bun?* Trad. de Emilia VASILIU. București: Publica, 2017. 212 p. ISBN 968-606-722-237-1.
26. RICHTER, Brigitte. *Ghid de biblioteconomie*. Ed. a 5-a rev. și adapt. În colab. cu M. MENIL, N. RICHTER. Trad. de Gheorghe BULUȚĂ și Silvia NESTORESCU. Chișinău: Arc, 1997. 316 p. ISBN 9975-61-024-2.
27. ROAM, Dan. *Arată și spune o poveste: cum poate oricine să facă prezentări extraordinare*. Trad. de Diana DOROBANȚU. București: Publica, 2016. 260 p. ISBN 978-606-722-178-7.
28. ROBINSON, Ken, ARONICA, Lou. *Descoperă-ți elementul. Cum să-ți afli talentele și pasiunile și cum să-ți transformi viața*. București: Publica, 2014. 304 p. ISBN 978-606-8360-79-9.
29. RODARI, Giovanni. *Gramatica fanteziei: Introducere în arta de a inventa povești*.

- Trad. din ital. de George ANCA. București: Humanitas, 2010. ISBN 978-973-50-2428-4.
30. SÂMIHĂIAN, Florentina. *Lectura și elevii epocii digitale. Lecturi obligatorii sau lecturi esențiale?* [online] [citat 14.05.2021]. Disponibil: <https://dilemaveche.ro/sectiune/tema-saptamanii/articol/lectura-si-elevii-epocii-digitale>
31. SNOW, Shane. *Scurtături inteligente: cum reușesc hackerii, inovatorii și figurile emblematice să accelereze succesul.* Trad. de Emilia VASILIU. București: Publica, 2015. 306 p. ISBN 978-606-722-027-8.
32. VULPE, Elena. Spectacol de poezie – o nouă formă de activitate culturală. In: *BiblioPolis*. 2006, vol. 20, nr. 4, pp. 18-22. ISSN 1811-900X.

