CZU: 028.5:027.54(478-25) + 316.74:028″2022″ **https://doi.org/10.59295/sum11(7)2026_26**

CONSUMUL LECTURAL AL UTILIZATORILOR BIBLIOTECII MUNICIPALE „B.P. HASDEU”: ANALIZĂ SECUNDARĂ ȘI IMPLICAȚII STRATEGICE

Maria PILCHIN,
Biblioteca Municipală „B. P. Hasdeu”

Studiul propune o radiografie a consumului de lectură în rândul utilizatorilor activi ai Bibliotecii Municipale „B. P. Hasdeu” (17+), pe baza unei analize secundare a datelor din „Barometrul lecturii” (august-septembrie 2022). Obiectivul este descrierea intensității lecturii și a variației ei pe segmente socio-demografice, identificarea criteriilor de selecție a cărților, estimarea raportului dintre lectura de carte și consumul de conținut digital non-literar, precum și clarificarea modului în care biblioteca este utilizată (sursă de împrumut vs. spațiu de lectură). Analiza urmărește segmentarea respondenților în tipare de consum (cititori intensivi, moderați, ocazionali și non-cititori) și testarea unor asocieri descriptive între profilul socio-demografic, practici și relația cu bibliotecă. Rezultatele sunt relevante pentru politici de colecție, programe de animație literară și strategii de comunicare, cu accent pe intervenții țintite asupra segmentelor cu lectură redusă. Limita majoră: datele nu sunt reprezentative pentru populația generală a Chișinăului, ci exclusiv pentru utilizatorii BM.

Cuvinte-cheie: *consum de lectură, bibliotecă publică, capital cultural, lectură digitală, non-cititori, segmentare, comunitatea cititorilor din Chișinău.*

READING HABITS OF THE USERS OF THE “B. P. HASDEU” MUNICIPAL LIBRARY: SECONDARY ANALYSIS AND STRATEGIC IMPLICATIONS

This study offers a snapshot of reading consumption among active users of the “B.P. Hasdeu” Municipal Library (aged 17+), based on a secondary analysis of data from the “Reading Barometer” (August–September 2022). Its aim is to describe reading intensity and its variation across socio-demographic segments, to identify book-selection criteria, to estimate the relationship between book reading and the consumption of non-literary digital content, and to clarify how the library is used (as a lending resource versus a reading space). The analysis seeks to segment respondents into consumption patterns (intensive, moderate, occasional readers and non-readers) and to test descriptive associations between socio-demographic profile, reading practices and the relationship with the library. The findings are relevant for collection development policies, literary outreach programmes and communication strategies, with a focus on targeted interventions for low-reading segments. A major limitation is that the data are not representative of Chișinău’s general population, but only of the library’s users.

Keywords: *reading consumption, public library, cultural capital, digital reading, non-readers, segmentation, Chișinău reading community.*

Introducere

În infrastructura culturală contemporană, lectura funcționează simultan ca practică de timp liber, instrument de învățare pe tot parcursul vieții și indicator al capitalului cultural. Bibliotecile publice au o dublă misiune: a) democratizarea accesului la carte (accesul deschis, accesul liber) [9, p. 61] și b) cultivarea competențelor de lectură și a comunităților de cititori, inclusiv prin spații de întâlnire, programe și mediere culturală [7, p. 39].

„Barometrul lecturii” [2], realizat în 2022 în rândul utilizatorilor activi ai BM „B. P. Hasdeu”, oferă o imagine internă asupra: intensității lecturii (timp, frecvență, cărți/ an); motivațiilor (plăcere, relaxare, cultură generală etc.); canalelor de acces la carte (bibliotecă, cumpărare, online); lecturii digitale non-literare; modului de utilizare a bibliotecii (resursă versus spațiu) și segmentului non-cititorilor (citesc foarte puțin/ deloc).

Studiul urmărește să traducă aceste rezultate în concluzii operaționale pentru managementul colecțiilor, planificarea culturală și comunicarea bibliotecii.

Cadrul teoretic și studiile conexe

Lectura este o practică socială și simbolică: nu doar consum de text, ci și formare de sens, apartenență și identitate cultural-artistică. Diferențele de consum pot fi interpretate prin prisma resurselor educaționale, a socializării culturale și a accesului la infrastructuri (bibliotecă, librării, platforme digitale).

În acest context, este de readus în discuție „teoria capitalului cultural" formulată de Pierre Bourdieu și recontextualizată de către unele studii recente în contextul lecturii [14]. Aceasta oferă un cadru explicativ pentru diferențele de performanță lecturală între copii proveniți din medii sociale diferite, deoarece arată cum resursele culturale și „habitusul" (dispoziții, gusturi, moduri de a interpreta) se formează în familie și sunt apoi validate, convertite sau sancționate de școală [11]. În această logică, lectura nu este doar o abilitate cognitivă, ci un spațiu de acumulare și conversie a capitalului cultural în formele sale clasice: încorporat (vocabular, stil interpretativ, familiaritate cu genuri și registre), obiectivat (cărți, bibliotecă, acces la artefacte culturale) și instituționalizat (diplome, trasee școlare), ceea ce face ca aceia care intră în școală cu un capital racordat la normele dominante să înțeleagă mai rapid cerințele, să citească mai des și mai eficient și să obțină avantaje cumulative. Cercetările recente susțin, în general, o asociere pozitivă între capitalul cultural și rezultatele la citire, dar subliniază că efectul nu este uniform. Analizele pe date PISA arată frecvent că acest capital mediază parțial relația dintre statutul socio-economic și performanța la lectură [13].

În acest sens, sunt de menționat, în scop comparativ, câteva studii similare efectuate în ultimii ani în spațiul nostru. În anul 2022, Biblioteca Națională a Republicii Moldova, în colaborare cu Magenta Consulting, a desfășurat cercetarea „Lectura în comparație intergenerațională", bazată pe aplicarea unui chestionar. Rezultatele indică un nivel redus al lecturii de plăcere în rândul populației active, una dintre explicațiile probabile fiind deficitul de timp. În cazul Generației Z (5-25 ani), lectura este asociată mai ales cu cerințe școlare și examene (26%), în timp ce în rândul Millennials (26-40 ani) și al Generației X (41-55 ani) aproximativ o treime se orientează predominant spre lectura cu scop profesional [10]. În 2023, Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală din România a publicat „Barometrul de consum cultural 2023". Una dintre concluziile esențiale ale studiului arată că obiceiurile de lectură bine consolidate tind să se mențină pe parcursul întregii vieți [1].

Motivațiile pentru lectură și selecția cărților reprezintă o direcție de investigare în cadrul diferitor cercetări de marketing aplicat în domeniul biblioteconomic. Acestea (din perspectiva nevoilor și preferințelor utilizatorului) pot fi grupate în câteva registre:

- hedonic/ afectiv (plăcere, relaxare, evadare);
- cognitiv (învățare, cultură generală, competențe);
- utilitar (studiu, activitate profesională);
- social (recomandări, apartenență, asociativitate, discuții) [2, p. 19].

Acestea influențează atât frecvența, cât și tipul de lectură și criteriile de selecție (subiect, autor, gen, recomandări, premii, tendințe, formate lecturale). Formatul print/ digital nu este de ignorat în redefinirea lecturii și a bibliotecii ca entitate „hibridă", care conține „biblioteca digitală" [8].

E importantă și delimitarea conceptuală dintre lectura literar-artistică și lectura funcțională, deoarece ele activează scopuri, procese cognitive și criterii de reușită diferite. Lectura literară vizează experiența estetică și interpretativă: construirea semnificațiilor implicite, explorarea perspectivei narative, sensibilitatea la limbaj expresiv, ambiguitate artistică și polifonie creativă, precum și relația dintre text și universul cultural al cititorului. În schimb, lectura funcțională (instrumentală) urmărește rezolvarea unei sarcini: localizarea și evaluarea informației, urmarea unor instrucțiuni, completarea unui formular, înțelegerea unui text informativ sau argumentativ, unde criteriul central este acuratețea și eficiența extragerii sensului explicit. O altă distincție utilă este cea dintre lectura aprofundată și lectura fragmentată. Lectura aprofundată (slow reading) presupune atenție susținută, monitorizarea înțelegerii, integrarea ideilor și reveniri deliberate asupra textului. Ea favorizează dezvoltarea vocabularului, consolidează memoria de lucru, coerența globală și interpretarea. Lectura fragmentată este caracterizată de privirea panoramică, salturi, operaționalitate multiplă și interacțiuni scurte cu fragmente de text (titluri, postări, notificări), fiind eficientă pentru orientare rapidă, dar mai vulnerabilă la superficialitate, pierderea contextului și inferențe slabe.

Pentru analiza empirică, aceste delimitări previn amestecarea unor fenomene diferite sub aceeași etichetă conceptuală de „lectură". Ele ghidează operaționalizarea variabilelor (tipuri de texte, sarcini, itemi),

alegerea indicatorilor (interpretare versus localizare de informații; timp de expunere; profunzimea), precum și interpretarea efectelor (de exemplu, un program poate îmbunătăți lectura funcțională fără a crește lectura literară, sau poate crește volumul de lectură fragmentată fără efect asupra înțelegerii profunde). În consecință, distincțiile devin decisive pentru validitatea măsurării și pentru concluzii cauzale credibile.

Din această perspectivă, trebuie să constatăm faptul că, în prezent, o parte a publicului declară că nu citește, în timp ce consumă intens texte digitale (știri, postări, comentarii, texte funcționale, materiale video subtitrate). Această tensiune indică o definire îngustă a lecturii ca lectură de carte artistică/ literatură, utilă analitic pentru bibliotecă. Segmentul non-cititor poate fi, de fapt, cititor digital non-literar. În sensul utilizatorului reticent, în general, față de citit, A. Manguel constata că „non-cititorii au constituit întotdeauna majoritatea” [6, p. 197] și, în contextul marketingului de bibliotecă, această este direcția de intensificare și extindere.

Biblioteca ca resursă și ca spațiu este un concept actual în studiile recente de biblioteconomie. Biblioteca poate fi utilizată în sens instrumental (împrumut, acces la titluri, bibliografie), din perspectiva experienței (spațiu de lectură, studiu individual, lucru în grup), în sens comunitar (evenimente, cluburi și ateliere de lectură, întâlniri cu autorii). Un indicator-cheie, în acest sens, este raportul dintre lectura acasă versus lectura în incintă și barierele de utilizare (program, confort, aglomerație). Aici e de menționat termenul de „al treilea spațiu” cu referire la biblioteca modernă ca spațiu intermediar între cel de acasă și cel public (educațional, serviciu etc.) [4, p. 338].

Conceptul de „al treilea spațiu” descrie biblioteca drept un loc neutru, accesibil și neierarhic, unde întâlnirile, colaborarea și încrederea dintre persoane pot genera capital social (legături de tip intragrup și intergrup) dincolo de cercurile familiale sau profesionale. Ca infrastructură culturală, biblioteca oferă resurse, programe și rețele care conectează oameni, instituții și practici culturale, transformând accesul la cultură într-o experiență partajată. În această formulă, funcția comunitară a bibliotecii devine aceea de nod civic: reduce izolarea, facilitează participarea și sprijină coeziunea locală prin servicii care sunt în același timp educative, culturale și sociale.

Astfel, modelul explicativ al studiului pornește de la ideea că poziția socio-educațională a individului (statut socio-economic, capital cultural și acces la infrastructuri precum biblioteca, librăriile sau platformele digitale) configurează un anumit habitus lectural și un anumit repertoriu de motivații (hedonice, cognitive, utilitare, sociale). În termenii teoriei capitalului cultural a lui Pierre Bourdieu, aceste resurse se regăsesc ca forme încorporate, obiectivate și instituționalizate, care sunt validate sau compensate de școală. De aceea, o parte relevantă din diferențele de performanță la lectură poate fi interpretată ca efect mediat al capitalului cultural observabil și în analizele PISA.

Habitusul și motivațiile se traduc apoi în practici măsurabile: frecvența lecturii, criteriile de selecție, preferințele de format (print/ digital) și, mai ales, tipurile de lectură (literar-artistică versus funcțională; aprofundată versus fragmentată), distincții fără de care analiza empirică riscă să confunde „non-lectura” de carte cu un consum intens de texte digitale funcționale. Utilizarea bibliotecii devine, în această schemă, atât indicator al practicilor de lectură (împrumut, consultare, studiu în incintă), cât și mecanism de intervenție: prin colecții, mediere și programe, biblioteca poate reduce barierele de acces, poate crește motivația și poate diversifica practicile lecturale. În plus, ca „al treilea spațiu”, biblioteca are un impact comunitar: oferă un cadru neutru de întâlnire și participare, unde se pot consolida legături intragrup (coeziune) și intergrup (punte), generând capital social și transformând infrastructura culturală în experiență partajată. Astfel, modelul permite interpretarea diferențelor din eșantion și fundamentează ipoteze și recomandări instituționale privind relația dintre resurse, motivații, practici de lectură și rolul bibliotecii în reducerea inegalităților.

Întrebările de cercetare cu privire la „Barometrul de lectură” al BM sunt următoarele:

Care este profilul socio-demografic al cititorilor activi și al non-cititorilor din eșantion?

Ce raport există între lectura de carte și consumul digital non-literar, mai ales la cei care declară că nu citesc?

Biblioteca este folosită predominant ca sursă de împrumut sau ca spațiu de lectură?

În baza cadrului teoretic prezentat și a studiilor comparative, formulăm următoarele ipoteze:

Intensitatea lecturii este mai mare la segmentele cu capital educațional ridicat (ex.: studenți, profesii intelectuale).

Biblioteca este predominant canal de acces la carte, mai puțin loc de lectură (lectura acasă domină).

Non-cititorii consumă totuși conținut digital non-literar, sugerând o definiție restrânsă a lecturii.

Cadrul metodologic

Studiul utilizează o analiză secundară a rezultatelor sondajului „Barometrul lecturii", aplicat utilizatorilor activi ai BM „B.P. Hasdeu", într-o abordare integrată din perspectivă marketingului de bibliotecă în contextul căutării de soluții strategice și tactice de implementat [3, p. 173]. Pe de o parte, sunt analizate practicile de lectură și relația cu biblioteca (utilizare, acces, bariere). Pe de altă parte, datele sunt interpretate prin instrumente de marketing bibliotecar (segmentare, poziționare, canale, comunicare), pentru a fundamenta recomandări de dezvoltare și promovare a serviciilor lecturii [5, p. 146]. În contextul subiectului nostru de investigație, cercetătoarea Nelly Țurcan insistă pe idee că sunt de luat în considerația analiza „practicilor de lectură în mediul digital" [12, p. 81].

Grupul investigat și eșantionul

Grupul investigat: utilizatori activi ai BM, 17+

Eșantionul: N=737, probabilist, stratificat

Administrare: față în față/autoadministrare

Instrument: chestionar

Perioada: aug.-sept. 2022

Limitare explicită: rezultatele sunt valabile pentru utilizatorii BM, nu pentru populația generală a Chișinăului [2].

Prezentul studiu se bazează pe datele colectate în cadrul cercetării sociologice „Barometrul lecturii" (august–septembrie 2022), valorificate printr-un demers de analiză secundară orientat spre reinterpretarea și aprofundarea rezultatelor din perspectivă strategică și instituțională.

Valoarea adăugată a demersului constă în:

Reinterpretarea teoretică a datelor: rezultatele sunt reinterpretate printr-un model explicativ (capital cultural, habitus, motivații, tipuri de lectură, utilizarea bibliotecii), nu doar raportate ca frecvențe, ceea ce crește puterea interpretativă și utilitatea lor strategică.

Clarificarea conceptului de „lectură" în termeni operaționali: distincțiile lectură literară versus funcțională și lectură aprofundată versus fragmentată permit separarea empirică a unor comportamente diferite (inclusiv „cititorul digital non-literar"), reducând riscul de concluzii simplificatoare despre non-lectură.

Segmentare avansată a publicului BM: pe baza eșantionului probabilist stratificat (N=737), analiza secundară poate construi tipologii de utilizatori (după motivații, practici, bariere și formate), utile pentru intervenții diferențiate și comunicare țintită.

Identificarea mecanismelor, nu doar a diferențelor. În loc să constate că anumite grupuri citesc mai mult/ mai puțin, demersul examinează de ce (mediere, resurse, timp, acces, socializare culturală), sugerând puncte concrete de intervenție instituțională.

Or, analiza depășește nivelul descriptiv al raportului primar prin integrarea rezultatelor într-un cadru interpretativ coerent și prin orientarea lor către fundamentarea deciziilor manageriale.

Variabile și operaționalizare

Variabile dependente (consum): timp zilnic de lectură (categorii/ intervale); numărul de cărți citite în ultimele 12 luni; frecvența lecturii; lectura în incinta bibliotecii; lectura online non-literară; preferințe de timp liber (lectură versus alte activități) [2].

Variabile explicative: vârsta; sex; ocupația (categorii: elev/ student, angajat, pensionar etc.) [2].

Variabile intermediare: motivații (itemi multipli: plăcere, relaxare, cultură generală etc.); criterii de alegere (subiect, autor, recomandări etc.); surse de procurare/ acces (bibliotecă, librărie, online etc.) [2].

Analiză descriptivă: procente/ medii, distribuții, topuri [2].

Analiză comparativă între subeșantioane: cititori versus non-cititori; pe vârstă/sex/ocupație [2].

Etica cercetării și calitatea datelor

În acest barometru se menționează caracterul voluntar al participării și anonimizarea răspunsurilor (conform procedurilor sondajului) [2].

Profilul socio-demografic și segmentarea cititorilor

Barometrul descrie compoziția eșantionului pe sex, vârstă și ocupație, apoi se introduce segmentarea non-cititori versus cititori activi. Profilul celor care declară că citesc este dominat de femei (69,2%) și de vârsta 17-34 ani (52,2%), iar pe ocupații se disting intelectualii (31,1%) și studenții (20,6%), ceea ce conturează un nucleu de lectură mai educațional și mai activ. În grupul celor care citesc puțin sau deloc, vârsta 17-34 ani rămâne majoritară (52,6%), însă apar mai pronunțat muncitorii (21,6%) și șomerii (23%), iar diferențele de gen aproape dispar (51,3% femei; 48,7% bărbați). În ansamblu, lectura intensă pare asociată mai clar cu profiluri educaționale și cu o predominanță feminină, în timp ce lectura redusă se leagă mai mult de vulnerabilități și constrângeri socio-economice, cu o distribuție de gen aproape echilibrată [2, p. 9].

EȘANTION TOTAL 737 (0,94%) UTILIZATORI ACTIVI AI BM „B.P. HASDEU”				F		M	
SEX	Feminin	497	67,4%	497	67,4%		
	Masculin	240	32,6%			240	32,6%
VÂRSTA	17-34 ANI	412	56%	278	37,7%	134	18,3%
OCUPAȚIE	Elevi (17+19 ani)	93	12,6%	60	8,1%	33	4,5%
	Studenți (20-23 ani)	143	19,4%	98	13,3%	45	6,1%
	Intelectuali (22-34 ani)	76	10,4%	52	7,1%	24	3,3%
	Muncitori (19-34 ani)	41	5,7%	27	3,7%	14	2%
	Șomeri (19-34 ani)	29	3,9%	20	2,7%	9	1,2%
	Alte categorii (17-34 ani)	30	4%	21	2,8%	9	1,2%
VÂRSTĂ	35-64 ANI	261	35,4%	184	25%	77	10,4%
OCUPAȚIE	Intelectuali	131	17,8%	89	12,1%	42	5,7%
	Muncitori	60	8,1%	42	5,7%	18	2,4%
	Șomeri	36	4,9%	22	3%	14	1,9%
	Alte categorii	34	4,6%	31	4,2%	3	0,4%
VÂRSTA	PESTE 65 ANI	64	8,6%	35	4,7%	29	3,9%
OCUPAȚIE	Intelectuali	7	0,9%	3	0,4%	4	0,5%
	Muncitori	1	0,1%	0	0%	1	0,1%
	Pensionari	56	7,6%	32	4,3%	24	3,3%

Figura 1. Portretul socio-demografic al respondenților
Sursa: Barometrul lecturii [2]

În răspunsurile lor, cititorii par să lege lectura de ideea de creștere personală cu o siguranță aproape instinctivă: pentru ei, lectura nu e doar utilă, ci esențială, iar acest lucru se vede în proporția mare a celor care o declară „foarte importantă” pentru dezvoltare (68,1%). În schimb, non-cititorii privesc aceeași temă cu mai multă prudență și rezervă: doar 22,4% ajung să numească lectura „foarte importantă”, ca și cum ar recunoaște valoarea ei, dar fără a o simți ca pe un instrument propriu, deja interiorizat. Totuși, tabloul nu e deloc unul de respingere: chiar și cei care citesc puțin sau deloc au, în majoritate, o atitudine favorabilă, iar 57,9% afirmă că lectura este „importantă” pentru dezvoltarea personală, ceea ce sugerează o disponibilitate latentă, încă neconvertită în obicei. Pe fundalul acestei diferențe, se conturează și o zonă de distanță sau de scepticism: 9,2% dintre non-cititori consideră lectura „puțin importantă”, în timp ce la cititori această opinie rămâne marginală (2%). La fel de relevantă este și indecizia: 10,5% dintre non-cititori spun că nu pot aprecia importanța lecturii, comparativ cu doar 0,6% dintre cititori, semn că, acolo unde lectura nu e practicată, lipsesc și reperele personale necesare evaluării ei. De fapt, faptul că nimeni, nici cititorii, nici non-cititorii, nu afirmă că lectura „nu este importantă” indică un acord general asupra valorii ei: diferența nu stă în recunoașterea principiului, ci în gradul de asumare, în claritatea convingerii și în transformarea acestei convingeri în practică [2, p. 27].

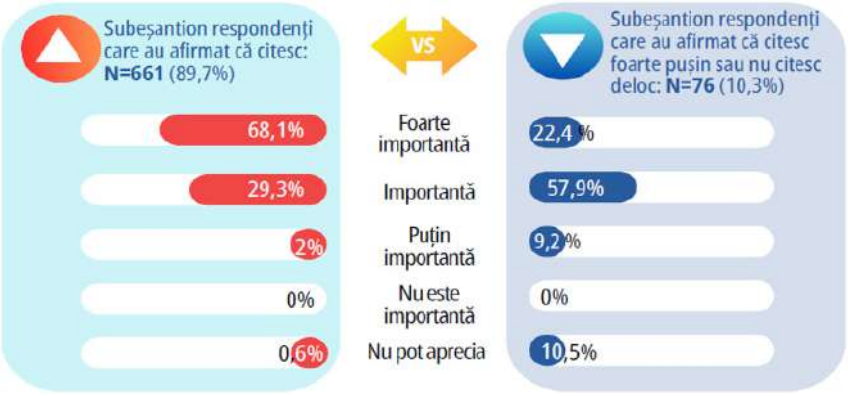


Figura 2. După părerea dvs., cât de importantă este lectura... ?
Sursa: Barometrul lecturii [2]

Comportamente de lectură: proveniența cărții

Împrumutul de la bibliotecă domină net peisajul accesului la carte (81,2%), semn că utilizatorii valorizează în primul rând avantajul imediat al gratuității și al disponibilității publice. În paralel, faptul că 53,9% cumpără din librării arată că lectura nu e doar consum oportunist, ci susține și o piață de carte activă, în care cititorul investește financiar atunci când își dorește titluri proprii sau noutăți. Aproape 40% dintre respondenți declară că au biblioteci personale, ceea ce sugerează un raport de durată cu lectura: nu doar împrumut și circulație, ci acumulare, memorie și identitate culturală prin colecții. Circulația dintre oameni completează infrastructura instituțională: împrumuturile între prieteni (29,2%) și cărțile primite cadou (31,6%) indică o sociabilitate a lecturii, în care recomandarea și schimbul funcționează ca forme informale de mediere. Datele despre bibliotecile electronice (28,1%) și comenzile online (28,1%), mai ales de pe site-urile din Republica Moldova (23,6%), descriu un cititor adaptabil, care îmbină canalele tradiționale cu cele digitale și își optimizează accesul la carte în funcție de comoditate și ofertă [2, p. 29].

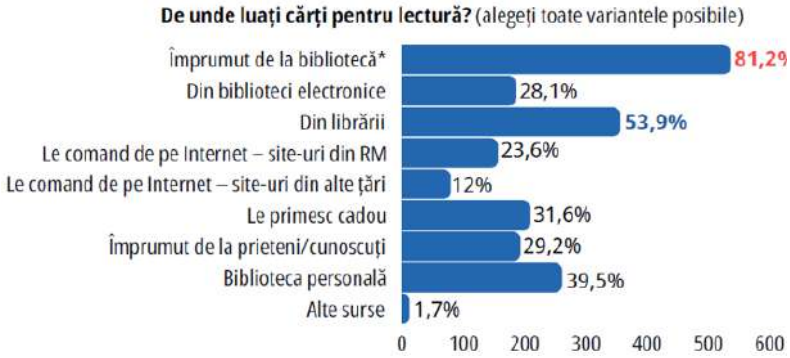


Figura 3. De unde luați cărți pentru lectură?
Sursa: Barometrul lecturii [2]

Comportamente de lectură: formatul cărții

În alegerile respondenților, cartea tipărită rămâne formatul de bază și reperul de confort al lecturii, preferat în primul rând de o majoritate foarte mare (79,9%), ceea ce confirmă forța obiceiului cultural și a experienței tactile. Cărțile electronice (e-reader) conturează un profil mai flexibil. Ele nu domină, dar apar constant în opțiuni și sunt selectate mai ales ca alternativă de rangul doi (24,8%), semn că lectura digitală este acceptată ca soluție complementară. Cărțile audio intră treptat în repertoriu, însă mai curând ca a treia alegere (14,8%), sugerând un consum asociat mobilității și executării simultane a mai multor sarcini, nu neapărat substitut direct al lecturii clasice. Citirea de pe telefon sau tabletă funcționează ca opțiune frecventă și mereu la îndemână, cu o prezență stabilă în toate rangurile și cu un vârf în al doilea rând (18,9%), indicând o practică de lectură fragmentată și oportunistă. În schimb, lectura de pe computer rămâne cea mai puțin atractivă, deși crește în preferințe pe măsură ce coborâm în ierarhie (rangurile 2-4), ceea ce o plasează mai degrabă ca soluție utilitară decât ca format dorit [2, p. 38].

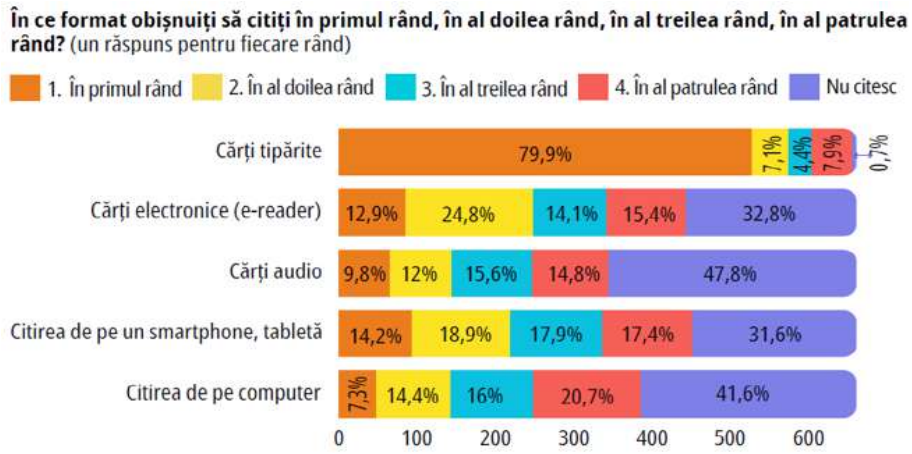


Figura 4. În ce format obișnuiți să citiți…?
Sursa: Barometrul lecturii [2]

Relația utilizatorului cu biblioteca

Pentru cititori, biblioteca rămâne în primul rând un loc al cărții și al disciplinei de lectură: majoritatea vin pentru împrumut (65,05%), iar o parte semnificativă pentru lectură în sală (20,88%) și studiu (18,91%), ceea ce configurează o utilizare orientată spre conținut. În schimb, non-cititorii se raportează mai puțin la bibliotecă drept canal de carte (împrumutul coboară la 44,74%) și mai mult ca spațiu de experiență: relaxare (19,74%) și comunicare cu prietenii (17,11%). Deși ambele grupuri caută și dimensiunea de destindere, diferența e fină, dar revelatoare: non-cititorii declară relaxarea ușor mai des (19,74%) decât cititorii (18,15%), semn că biblioteca funcționează și ca refugiu, nu doar ca instituție culturală. Componenta socială se vede însă mult mai clar: socializarea este dublă la non-cititori (17,11%) față de cititori (7,72%), ceea ce sugerează că pentru ei biblioteca e un loc de întâlnire înainte de a fi un loc de lectură. Participarea la evenimente rămâne relativ apropiată între grupuri, dar non-cititorii se disting prin interesul mai mare pentru servicii moderne (11,84% versus 4,24%), iar regularitatea unei părți a cititorilor (25,72% vin de 2-3 ori pe lună) indică un nucleu stabil de utilizare care poate fi extins prin oferte hibride: carte, componenta socială, tehnologia [2, p. 65].

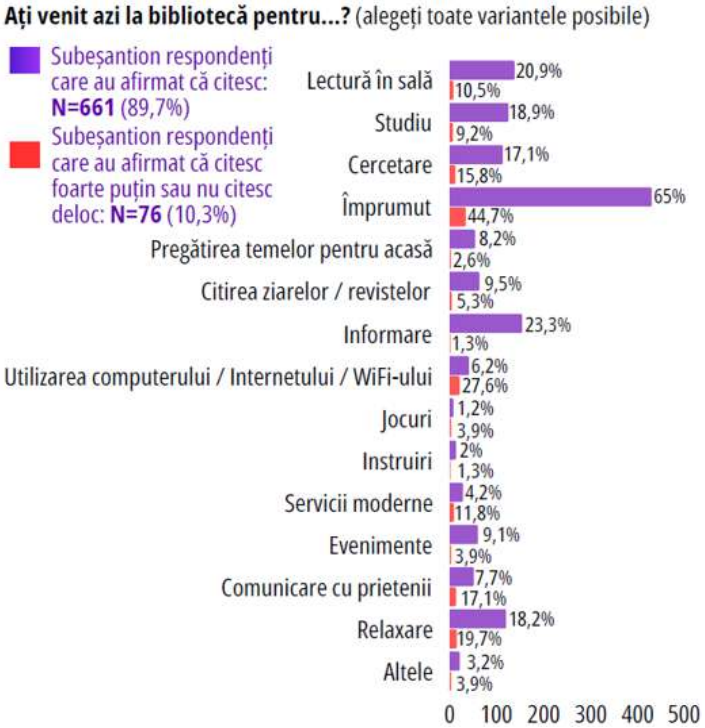


Figura 5. Ați venit azi la bibliotecă pentru…?
Sursa: Barometrul lecturii [2]

Concluzii și recomandări pentru Biblioteca Municipală

Concluzii operaționale:

1. Consumul de lectură în rândul utilizatorilor BM este eterogen, cu segmente distincte (cititori intensivi, moderați, ocazionali, non-cititori).

2. Intensitatea lecturii variază pe vârstă/ ocupație, sugerând efecte de reușită educațională și de timp disponibil.

3. Motivațiile dominante conturează două regimuri: lectură de plăcere/ relaxare versus lectură utilitară (studiu/ profesie, formare continuă).

4. Criteriile de selecție sunt puternic determinate de motivație (subiect/ autor/ vandabilitate/ vizibilitate editorială/ recomandări).

5. Biblioteca este utilizată prioritar ca sursă de acces la carte (împrumut), în timp ce lectura în incintă are o pondere mai mică.

6. Segmentul non-cititorilor poate prezenta consum relevant de conținut digital non-literar sau non-ficțional, ceea ce indică o definire restrânsă a lecturii și o oportunitate de revizuire a ofertei de servicii ale lecturii.

7. Blocajele generate de indisponibilitatea titlurilor pot afecta satisfacția și fidelizarea, având implicații directe pentru politica de colecție.

Recomandări tactice:

- Construirea a două direcții tactice diferențiate (cititori versus non-cititori), cu obiective de comunicare separată. Pentru cititori, accentul trebuie pus pe noutăți, disponibilitate, împrumut rapid și condiții bune de studiu. Pentru non-cititori, mesajul central trebuie să poziționeze biblioteca drept spațiu comunitar de relaxare, asociere, socializare și acces la servicii moderne, astfel încât vizita să nu depindă exclusiv de motivația de lectură.

- Ierarhizarea priorităților în ceea ce privește înnoirea colecției ca instrument principal de retenție și satisfacție, printr-un concept vizibil ca noutate și beneficiu. Dacă actualizarea colecției este cerința dominantă, ea trebuie să fie transformată în promisiune de brand: vitrine de noutăți (offline și online), liste de achiziții recente (offline și online), rezervări repetitive, exemplare multiple pentru titluri cerute și micro-campanii pe genuri, pentru ca cititorii constanți să aibă motive repetate de revenire.

- Modernizarea spațiilor în logica ideii de „third place" („al treilea spațiu"): zone de lectură și studiu și zone de destindere și socializare, fără conflict între ele. Datele arată că non-cititorii vin pentru relaxare și comunicare, iar cititorii pentru studiu și împrumut, de aceea, separarea funcțională a spațiilor (colț liniștit versus colț social) și semnalizarea clară a acestora pot crește simultan confortul cititorilor și atractivitatea pentru publicul ocazional.

- Dezvoltarea ofertei de tehnologii și servicii moderne mecanism de acces pentru non-cititori și ca serviciu complementar pentru cititori. Pentru publicul sporadic (vizitatorii), tehnologia poate fi motivul inițial al vizitei (acces la resurse digitale, servicii inovative, instruiri scurte, animație culturală), iar apoi poate funcționa ca punte către lectură (recomandări digitale, e-book/ audiobook, ghidaje tematice de lectură), mai ales că o parte a non-cititorilor nu formulează clar ce i-ar atrage și au nevoie de propuneri concrete (segment de extindere pentru bibliotecă).

- Implementarea unui program de activizare și orientare a non-cititorilor, bazat pe micro-experiențe și bibliotecari empatici, pentru a transforma vizita ocazională în obișnuință și utilizare fidelă. Dacă aproape jumătate dintre non-cititori nu știu ce i-ar face să vină mai des, atunci biblioteca trebuie să propună în loc să aștepte: tururi de 10 minute, recomandări personalizate după interese, evenimente scurte și recurente, plus un sistem simplu de feedback, astfel încât utilizatorul sporadic să descopere rapid utilitatea bibliotecii și să revină cu loialitate.

Recomandări strategice:

- Elaborarea unor politici de colecție orientate pe cerere: monitorizarea cererilor din librării, achiziția de exemplare multiple pentru titluri populare, rotația rapidă a noutăților, aplicarea unui mecanism vizibil de sugestii și rezervări.

- Întărirea bibliotecii ca spațiu: zone de lectură confortabile, orare adaptate, micro-spații pentru tineri, cluburi pe genuri.

- Tratarea segmentului de non-cititori ca audiență de conversie, nu ca excepție.
- Extinderea investițiilor în promovare și în diversificarea modelelor funcționale de lectură.
- Valorificarea oportunității de repoziționare a lecturii și de creare a unor punți între lectura online și lectura de carte (în special prin micro-lectură și trasee tematice).

Bibliografie:

1. *Barometrul de consum cultural. Comunități de consum în contextul schimbărilor societale*. Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală, București. © 2024. Disponibil: https://doi.org/10.61789/bcc.23 [Accesat 15.07.2024]
2. *Barometrul lecturii: Evaluarea consumului de lectură a cititorilor Bibliotecii Municipale „B. P. Hasdeu”.* BM „B. P. Hasdeu”, Chișinău. © 2023. Disponibil: https://hapes.hasdeu.md/xmlui/handle/123456789/560 [Accesat 25.02.2025]
3. BORȘ, V., DMITRIC, E. Conceptul, rolul și funcțiile marketingului în activitatea bibliotecară. În: *Biblioteconomie și științele informării: Manual practic*. Chișinău: BNRM, 2020. p. 171-179.
4. ELMBORG, J. K. Libraries as the Spaces Between Us: Recognizing and Valuing the Third Space. In: *Reference & User Services Quarterly.* 2011, vol. 50, nr. 4, p. 338-50. Available: http://www.jstor.org/stable/20865425 [Accesed: 13.03.2022]
5. ENACHE, I. *Marketingul în structurile infodocumentare.* București: Editura Universității din București, 2006. 205 p. ISBN: 973-737-217-4
6. MANGUEL, A. *Biblioteca nopții.* București: Nemira. 2011. 319 p. ISBN: 978-606-579-121-3
7. MARINESCU, N. *Dezvoltarea profesională biblioteconomică: culegere de interviuri, comunicări, proiecte*. Iași: Princeps Edit, 2007. 155 p. ISBN: 978-973-1783-44-4
8. REITZ, J. M. *Online Dictionary for Library and Information Science.* Disponibil: https://odlis.abc-clio.com/odlis_d.html accesat 22.03.2025 [Accessed: 10.01.2026]
9. REPANOVICI, A. *Ghid de cultura informației*. București: Editura ABR, 2012. 115 p. ISBN: 978-973-85962-9-0
10. *STUDIU „Lectura în comparație intergenerațională”*. Biblioteca Națională a Republicii Moldova, Magenta Consulting, Chișinău. © 2022. Disponibil: http://moldlis.bnrm.md/bitstream/handle/123456789/1430/Lectura_in_compara%c8%9bie_intergenerationala_Raport.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Accesat: 06.06.2024]
11. SUN, E. *The cultural capital of reading in the early 21st Century: A creative and critical Study.* Available: https://researchrepository.murdoch.edu.au/id/eprint/41525/ [Accessed: 06.02.2026]
12. ȚURCAN, N. Lectura în contextul mișcării Știința Deschisă. În: *Lectura și scările.* Culegere de articole. Vol. I. Chișinău: Prut Internațional, BNRM, 2020. p. 64-88.
13. XIE, F., HUTAGALUNG, F. D. How does cultural capital influence academic achievement in the Chinese context? In: *A systematic literature review. SAGE Open*, 2025. Available: https://doi.org/10.1177/21582440251315980 [Accessed: 12.02.2026]
14. YANG-HEIM, G.Y.A. Reading and Cultural Capital. In: *Cultural Perspectives on Indigenous Students' Reading Performance.* Available: https://doi.org/10.1007/978-981-19-9790-7_2 [Accessed: 09.02.2026]

Date despre autor:

***Maria PILCHIN*,** doctorandă. Școala doctorală de științe sociale, Universitatea de Stat din Moldova.
ORCID: 0009-0002-4477-8730
E-mail: maropil82@gmail.com

Prezentat: 25.02.2026
Recenzat: 10.03.2026
Acceptat spre publicare: 20.05.2026